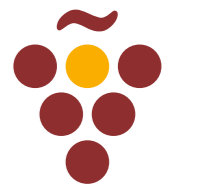


GEMEINSAMES NARRATIV ÜBER — DEN — SPANISCHEN WEIN



GEMEINSAMES
NARRATIV ÜBER
— DEN —
SPANISCHEN
WEIN



Interprofesional del
VINO
DE ESPAÑA

Index

- 06** Prolog
- 08** Einleitung
Strategischer Plan von OIVE / 08
- 12** Bedeutung des Weins in Spanien
- 14** Warum ein gemeinsames Narrativ über spanischen Wein?
Das gemeinsame Narrativ: als Instrument der Aufwertung / 14
MARKETING TIPP (Markenbildung) / 15
- 16** Argumentensammlung über den spanischen Wein
QUALITÄT / 18
VIELFALT / 20
GESCHICHTE / 22
LEBENSSTIL / 23
NACHHALTIGKEIT / 26
- 28** Kommunikation der Argumentensammlung
- 32** Teilnehmer und Danksagungen

Prolog

Dieses Dokument **richtet sich an alle, die an der Produktion, der Vermarktung und der Kommunikation für den spanischen Weinsektor** beteiligt sind, und zielt darauf ab, ein kohärentes Narrativ zu entwerfen, das auf den Attributen, Unterscheidungsmerkmalen und Werten des spanischen Weinsektors basiert. Der Zweck besteht darin, es zu einer **Inspirationsquelle** für alle Initiativen zu machen, die die Akteure der Wein-Wertschöpfungskette auf den internationalen Märkten entwickeln. Wir sind zuversichtlich, dass es uns allen dabei helfen wird, das Image Spaniens als differenzierten und wertgeschätzten Weinproduzenten aufzubauen. Jeder Einzelne von uns und unsere Weine, die wir in 189 Länder versenden bzw. mitnehmen, sind die besten Botschafter der Marke “vino de España” (Wein aus Spanien).

Zu diesem Zweck werden wir zunächst die Gründe für die Notwendigkeit dieses gemeinsamen Narrativs zusammenfassen und erläutern, wo und wie sie sich in den vom spanischen Weinfachverband (OIVE) geförderten sektoriellen Strategieplan ein-

fügen würden und welche Bedeutung der Weinbausektor für die Wirtschaft und die Gesellschaft unseres Landes hat. Anschließend werden die Attribute des spanischen Weins aufgezählt und darauf aufbauend wird ein gemeinsamer Diskurs konstruiert.

Zum Schluss werden die am häufigsten gestellten Fragen geklärt und eine Reihe von Hilfsmitteln zur Verfügung gestellt, um die praktische Nutzung dieses Narrativs zu optimieren.

Und natürlich möchten wir den Mitgliedern der Arbeitsgruppe, die zu diesem Zweck im Rahmen eines Runden Tisches der Gastronomie eingerichtet wurde, für ihre Ratschläge und ihre Arbeit danken. Unser Dank gilt ebenfalls den Mitgliedsorganisationen des OIVE und ICEX (Food and Wines from Spain) für ihre unentbehrliche Hilfe bei der Förderung dieses Projekts.



Jeder Einzelne von uns und unsere Weine, die wir in 189 Länder versenden bzw. mitnehmen,

**sind die besten
Botschafter der Marke
“vino de España”
(Wein aus Spanien)**



Strategieplan des spanischen Weinbausektors

Im Juli 2022 wurde der Strategieplan des spanischen Weinanbausektors 2022-2027 durch die OIVE vorangetrieben. Das Dokument ist das Ergebnis eines umfassenden Forschungs- und Analyseprozesses, an dem alle Akteure des Sektors beteiligt waren und zugestimmt haben. Dieser Plan

definiert die Mission und die Vision des spanischen Weinbausektors. Um diese zu erreichen, setzen wir fünf Hauptachsen um. Diese zielen darauf ab, das Image und die Funktionsweise des Sektors zu verbessern sowie die **Wertsteigerung unserer Produkte auf den Märkten** voranzutreiben.

Vision



Spanien ist das perfekte Vorbild für den Weinanbau sowohl national als auch international. Das Land punktet mit einzigartigen und differenzierenden Qualitäten, die jeden Weinliebhaber begeistern: **Qualität, Vielfalt, Geschichte, Tradition, Nachhaltigkeit und Modernität.**

Mission



Unsere Mission ist es, das Wissen, das Image und die Qualität des spanischen Weines bei den nationalen und internationalen Verbrauchern zu verteidigen, zu fördern und zu sichern.



Die Positionierung Spaniens als weltweites Vorbild für Nachhaltigkeit in allen Bereichen: Umwelt, Soziales, Wirtschaft, Geschichte, Kultur und Landschaft.



Schaffung von Wert und Rentabilität, vor allem auf den internationalen Märkten, durch Nutzung der Differenzierungsmerkmale und Gewährleistung einer gerechten und nachhaltigen Verteilung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.



Erleichterung der Entwicklung und des Transfers von Innovation und Digitalisierung. Gewinnung und Bindung von Talenten zur Zukunftssicherung der Branche.



Das Bewusstsein der Gesellschaft und der Verbraucher für den spanischen Wein als regionalen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklungsknoten sowie als untrennbaren Bestandteil unserer Geschichte, mediterranen Kultur, eines gesunden Lebensstils und eines gemäßigten und verantwortungsvollen Konsums stärken.

Hauptachse

H1
Stärkung der Positionierung und des Images, Steigerung des internationalen Werts und den Inlandsverbrauch ankurbeln.

H2
Erzielung eines Gleichgewichts zwischen Angebot und Nachfrage, gerechte Verteilung von Wert und Rentabilität entlang der Wertschöpfungskette und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Sektors.

H3
Führung im Bereich Nachhaltigkeit.

H4
Wertschätzung des Weins und seines verantwortungsvollen Konsums als Teil einer gesunden Lebensweise.

H5
Förderung des Önotourismus.

H6
Den Sektor verteidigen und koordinieren.

H7
Generierung, Konsolidierung und Austausch von relevanten und umsetzbaren Informationen für die gesamte Wertschöpfungskette durch OIVE.

H8
Talente anziehen, ausbilden und binden.

H9
Die Digitalisierung ankurbeln.

H10
Die Innovation fördern.

HAUPTACHSE

QUERACHSEN

KOMPLEMENTÄR-ACHSEN

22
STRATEGIEINITIATIVEN

101
DAMIT
VERBUNDENE
AKTIONEN

Die Entwicklung der festgelegten strategischen Achsen wird Spanien in die Spitzenposition als globale Weinreferenz bringen. Wir werden eine positive Spirale der Wertschöpfung im gesamten Sektor in Gang setzen.

Weins basieren: Qualität, Vielfalt, Geschichte, Tradition, Nachhaltigkeit und Modernität.

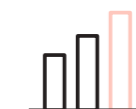
Die Schaffung eines gemeinsamen Narrativs für den spanischen Wein ist Teil der ersten Achse und wird als wichtige Maßnahme zur Gestaltung der internationalen Wahrnehmung unseres Produkts angesehen. Dies beruht auf den oben erwähnten einzigartigen und differenzierenden Eigenschaften.

Die strategischen Achsen umfassen 22 Strategie-Initiativen mit 101 damit verbundenen Maßnahmen, die auf den einzigartigen und differenzierenden Eigenschaften des spanischen



Der Strategieplan

definiert die Mission und die Vision des spanischen Weinbausektors und, um diese zu erreichen, fünf Hauptachsen, die sich auf die Verbesserung des Images und der Funktionsweise des Sektors sowie auf die Steigerung des Wertes unserer Produkte auf den Märkten konzentrieren.



Die Entwicklung

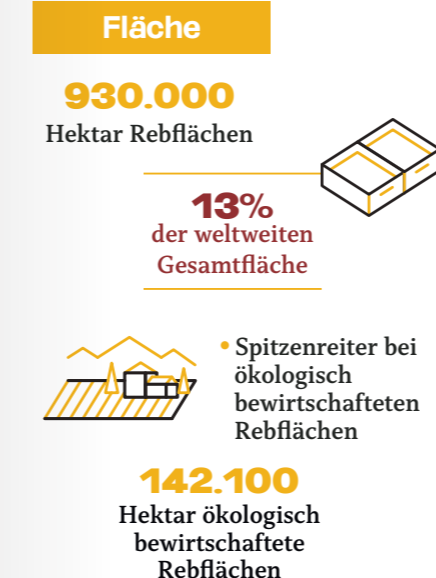
der definierten Strategieachsen wird Spanien als globales Vorbild im Weinbau positionieren und eine positive Spirale der Wertschöpfung im gesamten Sektor in Gang setzen.

Bedeutung des Weins in Spanien

Der Beitrag des Weinbausektors zur spanischen Wirtschaft in Bezug auf das BIP und die Beschäftigung ist beachtlich, ebenso wie sein Beitrag zur Ausweitung der Wirtschaft und die Bewältigung der Herausforderungen der ökologischen Nachhaltigkeit.

Der **spanische Weinsektor ist weltweit führend**. In Spanien befinden sich 13 % der weltweiten Rebfläche, 15,3 % der ökologisch bewirtschafteten Rebflächen. Spanien ist der drittgrößte Weinproduzent der Welt (Quelle: AFI 2023-Studie).

Spanischer Weinbausektor in Zahlen



Arbeitsplätze

363.980
Arbeitsplätze



• Die Zahl der weiblichen Betriebsleiterinnen hat sich im letzten Jahrzehnt verdoppelt.

Wirtschaft

20.330
Millionen Euro
Bruttowertschöpfung

1.9%
des spanischen BIP

Reichtum in den kleinen Gemeinden

3.233
Gemeinden verfügen über Weinberge

• Gemeinden mit weniger als 2000 Einwohnern, die sich hauptsächlich dem Weinbau widmen, haben ihre Einwohnerzahl in 20 Jahren um fast 36 % erhöht.

+40%
der spanischen Gemeinden beherbergen den Weinbau

66%
der Weinbau-Gemeinden haben weniger als 2000 Einwohner

Produktion

36.4
Millionen Hektoliter Wein

Qualität und Differenzierung
104 Ursprungsbezeichnungen für Weinbau (DO)
43 Geschützte geographische Herkunftsangaben (g. g. A.)

Internationalisierung

4.347
Exportunternehmen

Handelsüberschuss von 3.058
Millionen Euro

• Platz 41 beim Export von Agrar- und Ernährungsprodukten

20%
der Gesamtzahl

6%
des gesamten Auslandsumsatzes des Agrar- und Ernährungssektors

*Daten aus dem Bericht über die wirtschaftliche und soziale Bedeutung des Weinsektors in Spanien 2023. Internationale Finanzanalysten (AFI)

Derzeit gibt es in Spanien **104 geschützte Herkunftsbezeichnungen (DO) und 43 geschützte geographische Angaben (g.g.A.)** mit insgesamt mehr als 4000 registrierten Weingütern. Diese Weingüter sind über das ganze Land verteilt und zeigen durch ihre Weine die Vielfalt der Böden, des Klimas und der verfügbaren Rebsorten (Quelle: MAPA).

Spanien hat sich sogar als einer der größten Weinexporteure der Welt etabliert und ist der drittgrößte Exporteur nach Wert und der zweitgrößte nach Volumen.

Der jährliche Export-Jahresumsatz liegt bei über **3000 Millionen Euro und 2000 Millionen Litern**.

Aber die Bedeutung des Weins in Spanien zeigt sich nicht nur in Zahlen, sondern auch in den Spuren, die er in unserer Kultur, unserer Geschichte, unseren Traditionen hinterlassen hat ... Ein Beispiel dafür ist die Bedeutung des Weins in unserer Gastronomie und Genusskultur, die ebenfalls eine wichtige touristische Attraktion darstellt. Der Weinbausektor trägt zum Schutz von Dörfern und Landschaften bei.



Warum ein gemeinsames Narrativ über spanischen Wein?

DAS GEMEINSAME NARRATIV: INSTRUMENT DER AUFWERTUNG

Das spanische Weinangebot ist einzigartig und differenziert. Es ist sehr wichtig, dass wir uns für die Aufwertung dieses Angebots einsetzen, um die Nachhaltigkeit des Sektors zu gewährleisten. Der erste Schritt besteht darin, zu wissen, wofür es steht, sich dessen bewusst zu werden und es in einen kohären-

ten und konsistenten kollektiven Diskurs zu verwandeln.

Wie machen wir das?

Die Aufwertung des Produkts erfordert Maßnahmen auf mehreren Ebenen. Erstens geht es um den Aufbau **einer Marke des Landes** auf der Grundlage gemeinsamer, von dem Sektor vereinbarter Säulen. Ein Diskurs,

durch den Spanien in der internationalen Vorstellung als Land der Qualitätsweine positioniert wird.

Zu den **Vorteilen, den das Narrativ mit sich bringt**, sind folgende hervorzuheben:

- **Mehrwert:** Die mit dem Herkunftsland verbundenen Werte werden automatisch auf den zu verkaufenden Wein übertragen.
- **Koordination:** Institutionen und Weinkellereien wären an dieser Aktion beteiligt, die eine stärkere sektorbezogene Koordinierung erfordern und erleichtern würde. Die Weinkellereien und ihre Handelsvertreter auf der

★ RATSCHLÄGE FÜR DIE MARKENBILDUNG

Um eine Marke zu bilden, die Mehrwert bietet, ist es notwendig, in drei wesentlichen Bereichen aktiv zu werden: Strategie, Identität und Aktivierung.

Strategie: Mittel- und langfristige strategische Vision Eine gut definierte und ausgearbeitete Markenstrategie gibt den Fokus und die Richtung vor, sorgt für einen einzigartigen Diskurs und liefert einen Fahrplan für die Zukunft mit Blick auf die sozialen, wirtschaftlichen und technologischen Trends. Welches sind meine Zielgruppen? Wer sind meine Konkurrenten?

ganzen Welt wären die absoluten Hauptakteure. Sie würden die vereinbarten Argumente für ihre internationale Werbung nutzen und davon profitieren. Denn die Marke der spanischen Weine, zu deren Schaffung sie beitragen, bedeutet einen immer größeren Mehrwert für ihre Produkte.

- **Zugänglichkeit:** Ein klares, definiertes und weit verbreitetes Image unserer Weine würde es jedem internationalen Kunden oder Verbraucher erleichtern, sich ihnen zu nähern. Auf diese Weise würde die „Marke Spanien“ dem Produkt eine Reihe von Qualitäten verleihen, die durch das Hervorheben regionaler Besonderheiten ergänzt werden würden.

Identität Dauerhaftes Markenziel Hierbei handelt es sich um die Festlegung dessen, was als „Unique Selling Proposition“ (USP) bekannt ist (einzigartiges Verkaufsversprechen). Eine USP ist das, was dich identifiziert und gleichzeitig deine Marke von den anderen unterscheidet: Werte, Qualitäten und Vorteile, die deine Marke/dein Unternehmen einzigartig machen.

Aktivierung:

- Auf interner Ebene sind **gemeinsame Führung und gemeinsames Engagement** unerlässlich. Die normale Tätigkeit eines Unternehmens ist der wichtigste Kanal für die Markenbildung. Die Marke muss auf allen Ebenen des Unternehmens spürbar sein. Das



Positionierung Spaniens in der Vorstellung als Land der Qualitätsweine

gesamte Team muss als "Botschafter" der Marke auftreten und deren Ziele und Werte widerspiegeln, egal auf welcher Ebene.

- Externe Initiativen, Pläne und Maßnahmen werden nach Bedarf durchgeführt, um das **gewünschte Markenimage und Markenerlebnis** gemäß der Strategie aufzubauen.

Der Erfolg bei der Markenbildung ist das Ergebnis einer kontinuierlichen Arbeit mit einer globalen Vision und der Fähigkeit zu koordiniertem Handeln. Es ist ein Langstreckenlauf, der Konzentration, Härte, Ausdauer, Führungsqualitäten und Entschlossenheit erfordert. All diese sind anspruchsvolle Eigenschaften.

Argumentensammlung über den spanischen Wein



Qualität



Vielfalt



Geschichte



Lebensstil



Nachhaltigkeit





QUALITÄT

In der Welt des Weins hat Spanien einen ausgezeichneten Ruf als Land der Möglichkeiten und der Innovation. Dank unserer Dynamik waren wir in der Lage, unser Produkt zu perfektionieren und zu modernisieren.

Innovation bei den Verarbeitungstechniken

Spanien begnügt sich nicht mit der Tradition, sondern setzt auch bei den Produktionstechniken auf Innovation. Von der Einführung moderner Weinherstellungsmethoden bis hin zur Anwendung fortschrittlicher Technologien hat sich der spanische Weinbau-sektor kontinuierlich weiterentwickelt, um die Qualität und Konsistenz seiner Weine zu verbessern.

Spezialisierung und Handwerkskunst

Jede spanische Weinregion ist auf den Anbau bestimmter Rebsorten und einzigartige Produktionsmethoden spezialisiert. Diese Spezialisierung in Verbindung mit dem handwerklichen Können und der sorgfälti-

gen Pflege der Winzer und Önologen führt zu Weinen von außergewöhnlicher Qualität, die den Charakter und die Identität ihres Herkunftsortes widerspiegeln.

Engagement für Spitzenleistungen

Spanien setzt sich in jeder Phase der Weinproduktion für Spitzenleistungen ein. Von der sorgfältigen Auswahl der Trauben bis hin zur Weinherstellung und dem Ausbau der Weine streben wir ständig nach einem hohen Qualitätsniveau.

Strenge bei Kontrolle und Rückverfolgbarkeit

Spaniens Herkunftsbezeichnungen (DOs) und geschützte geografische Angaben (g. g. A.) sind führend bei der Umsetzung strenger Qualitäts- und Rückverfolgbarkeitskontrollen. Jede Flasche spanischen Weins garantiert seine Herkunft und Qualität und bietet dem Verbraucher eine zuverlässige und zufriedenstellende Erfahrung.

EINIGE UNSERER REFERENZEN

Wine Spectator

- ❖ Klassifizierung der weltweit besten Weine nach Qualität, Preis und Verfügbarkeit.
- ❖ In der Regel finden sie etwa **10 spanische Weinreferenzen** in diesem jährlichen Ranking.
- ❖ **2 Präsenzen unter den „Top 10“** in den letzten 5 Jahren.



- ❖ In der „Tim Atkin“ Weinbewertung auf einer Skala von 100 Punkten.
- ❖ **+200 spanische Weine** mit der Bewertung von mehr als **+95 Punkten**.

Decanter

- ❖ Klassifizierung von klassischen Weinen, unkonventionellen Weinen und Weinen mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis.
- ❖ In der Rangliste „Wine of the Year 2023 ist Spanien mit **4 Weinen** in der: **Classics category**“ vertreten.
- ❖ **2 Weine** in der Rangliste „Wines of the Year 2023: **Value category**“.
- ❖ **1 Wein** in der Rangliste „Wines of the Year 2023: **Offbeat category**“.



- ❖ In der „Falstaff“ Weinbewertung auf einer Skala von 100 Punkten.
- ❖ **2 Weine** mit der **Höchstpunktzahl** von 100 und **20 Weine** mit einer Punktzahl von **+95**.
- ❖ **30 spanische Weine** in der Rangliste der **Top 150**.



- ❖ In der „Parker Points“ (ParkerPunkte)-Weinbewertung auf einer Skala von 100 Punkten.
- ❖ Die Klassifizierung erfolgt auf der Basis von fünf Faktoren: Aroma, Geschmack, Struktur, Komplexität und Alterungspotenzial.
- ❖ **27 spanische Weine** mit der Höchstbewertung von **(100 Punkten)**.



- ❖ "James Suckling" vergibt 15 Punkte für die Farbe, 25 Punkte für das Aroma, 25 für die Struktur und 35 für den Gesamteindruck, den der Wein erzeugt.
- ❖ **3 spanische Weine** mit einer **Höchstpunktzahl** von 100 und **32 Weine** mit einer Punktzahl von **+95**.

SCHLÜSSELDATEN

- ❖ Spanien ist das Land mit **der größten Weinanbaufläche der Welt** (944 000 ha).
- ❖ In Spanien gibt es **104 DOPs und 43 g. g. A.**
- ❖ **97 %** der Rebfläche Spaniens befindet sich auf einem **Territorium irgendeiner DOP.**
- ❖ **Mehr als 120** auf den Weinbau spezialisierte Gemeinden.
- ❖ **Mehr als 40 %** der spanischen Gemeinden beherbergen Weinberge.
- ❖ Der Sektor hat **in den letzten 5 Jahren 200 Millionen Euro** in I+E+I investiert.
- ❖ Das sind **25 % der Gesamtinvestitionen** in I+E+I im Agrar- und Ernährungssektor.
- ❖ **Seit 1970** werden fälschungssichere Etiketten, Rückenetiketten und holografische Siegel verwendet.
- ❖ Neue Technologien wie **NFC oder das Internet der Dinge** werden in dem Sektor eingesetzt, um die Rückverfolgbarkeit zu verbessern und die Qualitätskontrolle zu verstärken.
- ❖ Zweitgrößter Exporteur der Welt nach Volumen:
 - **13 % der gesamten weltweiten Weineexporte.**
 - **16 % des weltweiten Exports von Schaumwein.**
 - **13 % des weltweiten Exports von Flaschenwein.**
- ❖ Deutliche Steigerung der Präsenz im **Premium- und Ultra-Premium-Segment.**

VIelfALT

In der weitläufigen spanischen Weinbaulandschaft ist die Vielfalt ein besonderes Merkmal. Diese Vielfalt ist der Schlüssel für Reichtum und Komplexität der spanischen Weine. Von den Böden, dem Klima und der Umgebung bis hin zur Vielfalt der Weingüter, Winzer und Rebsorten bietet jede Weinregion eine einzigartige und einmalige Erfahrung.

Boden- und Klimareichtum

Spanien ist ein Land von außerordentlichem geografischem Reichtum. Es verfügt über eine beeindruckende Vielfalt an Böden, Klimazonen und Landschaften, die alle perfekt für den Weinbau geeignet sind. Von den hohen Bergen der Pyrenäen bis zu den warmen Ebenen Andalusiens bietet jede Weinbauregion eine einzigartige Landschaft, die den Charakter und die Qualität ihrer Weine prägt.

Diese vielfältigen Landschaften ermöglichen eine beeindruckende Flächenvielfalt für den spanischen Weinbau und erlauben die Produktion eines breiten Weinsortiments, das die Einzigartigkeit jeder Region widerspiegelt.

Vielfältige Rebsortenauswahl

In Spanien gibt es 235 anerkannte Rebsorten, die zur Weinherstellung dienen, von diesen

sind 150 heimische Rebsorten. Es gibt jedoch noch mindestens 350 weitere, nicht anerkannte Sorten, von denen sich einige in der Wiederherstellungsphase befinden. Diese Rebsortenvielfalt bildet das Fundament für die einzigartige Auswahl an Weinen, die jede Region zu bieten hat. Sie ermöglicht die Erzeugung einer breiten Geschmackspalette, Aromaprofile und Weintypologien, die unser Land prägen.

Weinkeller: Unterschiedliche Stile und Traditionen

Die Palette reicht von kleinen Weinkellern, die als Familienunternehmen betrieben werden, bis zu großen Weinbauunternehmen. Die Vielfalt der Weinkeller in Spanien ist beeindruckend. Die Ideenvielfalt ist einzigartig und umfasst sowohl traditionelle Herstellungsverfahren als auch avantgardistische Methoden. Dadurch wird eine reichhaltige Vielfalt an Weinstilen und Ausdrucksformen geschaffen.

Geschützte Herkunftsbezeichnungen und geschützte geografische Angaben

Die spanischen DOP und die g. g. A. sind Zeugen der Vielfalt des Landes, sie repräsentieren eine große Vielfalt an Regionen und Weinstilen. Von den prestigeträchtigsten Herkunftsbezeichnungen bis hin zu den aufstrebenden, bietet jede ein einzigartiges und authentisches Weinerlebnis.

235 anerkannte Rebsorten **150** einheimische Rebsorten

die eine breite Palette an Geschmacks- und Aromaprofilen erzeugen, die unser Land charakterisieren.

SCHLÜSSELDATEN

- ❖ Spanien hat **>4000 Weinkeller, >500 Kooperativen, >560 000 Winzer.**
- ❖ **>150 einheimische Rebsorten** gepflanzt.
- ❖ Spanien ist in **189 Ländern** vertreten und exportiert mehr als **2,6 Milliarden Liter** Weinprodukte pro Jahr.
- ❖ Spanien ist eines der **bergigsten Länder Europas.** Dies führt unweigerlich zur Existenz zahlreicher und unterschiedlicher Mikroklimata.
- ❖ Spanien verfügt über **acht verschiedene Weinregionen, die sich nach Klima und Umwelt unterscheiden.** (Dazu gehören der Atlantik, die Duero-Ebene, die Ebro-Ebene, das mediterrane Binnenland, das Mittelmeer, das Zentralsystem, der Süden und die Kanarischen Inseln).



GESCHICHTE

Die Geschichte der spanischen Weine ist eine faszinierende Reise, die die Fähigkeit unseres Landes beweist, die Weinherstellung im Laufe der Zeit zu perfektionieren.

Tausendjährige Geschichte des Weinbaus

Mit mehr als 3000 Jahren Geschichte hat Spanien eine der ältesten Weinbautraditionen der Welt. Im Laufe der Zeit haben sich unsere Weine dem technologischen Fortschritt angepasst und ihn sogar gefördert.

Wein-Kulturerbe

Spanische Weine sind mehr als nur ein Getränk. Sie sind ein lebendiger Ausdruck des kulturellen Erbes des Landes. Die alten Weinbautechniken, die Weinbereitungsverfahren, die im Laufe der Zeit verbessert wurden, und die Feste und Feiern, die rund um den Wein veranstaltet werden, sind ein wesentlicher Bestandteil der spanischen Identität.

Kulturelles Erbe

Die spanische Weinbaukultur ist von einem reichen kulturellen Erbe geprägt, das sich in jeder Phase der Weinproduktion widerspiegelt. Von den Ruinen alter Weingüter bis hin zu den Burgen und Klöstern, die Zeugen jahrhundertelanger Weinherstellung gewesen sind, ist die Geschichte Spaniens mit der Geschichte des Weins verflochten.

SCHLÜSSELDATEN

✦ Wein hat in Spanien eine **tausendjährige Tradition**.

✦ Ein Prozess, der mit einer Spezialisierung einherging und Wissen hervorbrachte, das **von Generation zu Generation** weitergegeben wurde.

• **1100 a. Chr.:** Die Phönizier führen den Weinbau ein.

• **6. Jahrhundert v. Chr.:** Die Griechen verbreiteten die Weinreben im Osten der spanischen Halbinsel und exportierten Wein in andere Mittelmeerregionen.

• **3. Jahrhundert v. Chr.:** Die Karthager intensivierten den Weinbau.

• **1. Jahrhundert v. Chr.:** Die Römer legten überall auf der Halbinsel Weinberge an und vermarkteten den Wein im ganzen Reich.

• **6. Jahrhundert:** Die Weinberge gingen in den Besitz der Westgotenkönige und der Kirche über.

• **16. Jahrhundert:** Entwicklung einer starken Weinindustrie, unterstützt durch die Öffnung der Handelswege nach Amerika.



• **19. Jahrhundert:** Die Reblaus treibt die Auswanderung europäischer Winzer in spanische Regionen voran und bringt Innovationen.

• **1902** Gesetz über gewerbliches Eigentum.

• **1932** Das Weinstatut erschafft die DOs (Herkunftsbezeichnungen).

LEBENSSTIL

Spanische Weine sind mehr als nur ein Getränk. Sie spiegeln den pulsierenden und leidenschaftlichen Lebensstil Spaniens wider.

Von der mediterranen Ernährung bis hin zur Kultur des Önotourismus sind Genuss, Geselligkeit integraler Bestandteil des spanischen Weinerlebnisses.

Mediterrane Ernährung

Wein ist ein **typischer Bestandteil der spanischen mediterranen Ernährung**, der

sowohl wegen seines Geschmacks als auch wegen seiner gesundheitlichen Vorteile geschätzt wird. In Maßen konsumiert, wird Wein mit einem geringeren Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen in Verbindung gebracht und ergänzt die abwechslungsreichen und ausgewogenen Gerichte dieser Ernährung.

Gastronomie: Ein Wein, die perfekte Begleitung zum Essen

Die spanische Gastronomie ist eine Verschmelzung von Tradition, regionaler Vielfalt und der Leidenschaft für frische, hochwertige Zutaten. Jedes Gericht spiegelt den kulturellen und kulinarischen Reichtum des Landes wider. In diesem Szenario ist der Wein mehr als ein einfaches Getränk. Er ist ein untrennbarer Begleiter der Speisen und ein Element, das das gastronomische Erlebnis bereichert. Mit ihrer großen Vielfalt passen die spanischen Weine **zu jedem Gericht und jeder Gelegenheit**.

Tourismus: ein Wein, eine Reise

Spanien ist die unangefochtene Weltmacht im Tourismus. Das Land bietet eine beeindruckende Vielfalt an Landschaften Umgebungen, Unterkünften und Aktivitäten. Zu dieser Vielfalt tragen die Weine anhand ihrer großen Diversität bei, die durch die geografischen und kulturellen Gegebenheiten der einzelnen Regionen unterstützt wird. In diesem Sinne **spiegeln die Weine die Seele des Ortes wider, an dem sie erzeugt werden**, und sind daher ein unverzichtbarer Bestandteil einer Reise an jeden Ort Spaniens.

Önotourismus: auf der Suche nach dem Ursprung

Önotourismus in Spanien ist viel mehr als nur eine Weinverkostung. Es ist **eine einzigartige Gelegenheit, in das Herz der Weinregionen einzutauchen** und Land und Leute kennenzulernen. Von Wanderungen durch die Weinberge bis hin zu Besuchen in familiengeführten Weingütern, jedes Erlebnis ermöglicht eine authentische Verbindung zur Umwelt und zu den Weinbauern herzustellen.



Mediterrane Ernährung und Önotourismus

Genuss und Lebensfreude pur! Von der mediterranen Ernährung bis zur Kultur des Önotourismus und der Geselligkeit, alles sind feste Bestandteile des spanischen Weinerlebnisses.

Der Önotourismus in Spanien ist mehr als eine Weinverkostung. Es ist eine einzigartige Gelegenheit, in das Herz der Weinregionen einzutauchen und mit Land und Leuten in Kontakt zu kommen, die sie bewirtschaften.

Geselligkeit

Ob in einer traditionellen Taverne oder in einer modernen Weinbar, Wein fördert Gespräche, stärkt Bindungen und schafft bleibende Erinnerungen. In Spanien ist **Wein mehr als nur ein Getränk. Er ist ein sozialer Katalysator**, der die Menschen am Tisch zusammenbringt, um das Leben und die Freundschaft zu feiern.

Genuss

Für die Spanier ist die Weinverkostung an sich schon ein Fest, bei dem das Aroma, der Geschmack und die Beschaffenheit des Getränks ebenso geschätzt werden wie die Gesellschaft und die Gespräche, die es begleiten. Diese Kultur des Weingenusses spiegelt die spanische **Leidenschaft für das Leben, das Essen und die Geselligkeit wider**.

SCHLÜSSELDATEN

❖ Spanien das sind Klima, Leute und Gastronomie:

- + **83 000** Restaurants.
- + **270 Michelin-Sterne**.
- + **80 Millionen** Touristen pro Jahr.
- **300 Sonnentage** im Jahr.

❖ **36 offizielle Weinrouten** auf dem gesamten nationalen Territorium:

- **2,5 Millionen** Weintouristen jährlich.
- + **2500** Önotourismus-Dienstleistungen.
- **75 Millionen Euro** durch den Önotourismus generiert.
- Der Sektor **wird von 794 Einrichtungen**

unterstützt (658 Gemeindeverwaltungen, 32 Aufsichtsbehörden und 104 sonstige öffentliche und private Einrichtungen).

• **Zugänglicher und stark digitalisierter Sektor** (63 % der Buchungen im Önotourismus werden online getätigt).

❖ Spanien ist das Land mit der **zweithöchsten Lebenserwartung der Welt**.

❖ Wein enthält antioxidative Verbindungen wie Polyphenole, die für einen Teil der kardiovaskulären Vorteile verantwortlich sind, die der Wein bietet.

❖ In Spanien werden jährlich fast **10 Millionen Hektoliter Wein konsumiert**.



Siglos de conocimiento y experiencia

Cada botella de vino español lleva consigo siglos de conocimiento y experiencia acumulados a lo largo del tiempo.

NACHHALTIGKEIT

Der spanische Wein verpflichtet sich umfassend zur Nachhaltigkeit, respektiert die Biodiversität, bewahrt soziale Praktiken und erhält die Landschaften, in denen er wächst.

Umweltbedingte Faktoren

Spanien, ein Mittelmeerland mit häufigen Dürreperioden, ist sich der Bedeutung des Klimas für den Weinanbau bewusst. Aus diesem Grund war und ist die Umwelt bei der Herstellung unserer Weine immer zentrale Sorge. Dies zeigt sich von der **Anpassung der Bodenbearbeitung an die Umweltbedürfnisse bis hin zum effizienten Wasserverbrauch und der Reduzierung des Einsatzes chemischer Produkte.**

Sozialbedingte Faktoren

Jede Flasche Wein erzählt eine Geschichte der Verwurzelung und Hoffnung in den ländlichen Regionen Spaniens. In diesem Sinne tragen der Wein und das gesamte um ihn herum entstandene Ökosystem dazu bei, **von Entvölkerung bedrohte Gemeinschaften am Leben zu erhalten.**

Kulturell bedingte Faktoren

Der Wein spielt eine wesentliche Rolle in der kulturellen Nachhaltigkeit Spaniens. So sind

die **Weinberge ein fester Bestandteil des spanischen Kulturerbes** und spiegeln die jahrhundertealte Weinbautradition und das von Generation zu Generation weitergegebene Wissen wider. Wein ist ein Kultprodukt, das fest in der kulturellen Identität der einzelnen Weinregionen verwurzelt ist und von den familiengeführten Weingütern bis zu den international anerkannten Herkunftsbezeichnungen reicht.

Landschaftsfaktoren

Das Ökosystem, das in Spanien rund um den Wein entsteht, ist ein wichtiger Faktor für die Erhaltung der Landschaft. Der Weinberg leistet hier einen wichtigen Beitrag, denn er wirkt als **natürliche Barriere** gegen Bodenerosion, erhält die Integrität der Landschaft und bietet zahlreichen Pflanzen- und Tierarten einen Lebensraum.

SCHLÜSSELDATEN

- ❖ Entscheidende Rolle für die spanische Wirtschaft.
- Mehr als **23.700 Mio. Euro** Bruttowertschöpfung.
- **+420 000 Arbeitsplätze** direkte und indirekte.
- **+363 000 Arbeitsplätze** in Verbindung mit von Entvölkerung bedrohten Gebieten.
- ❖ Weltweit führend bei der **ökologisch bewirtschafteten Rebfläche** (15,3 % oder 142 000 ha) mit einer jährlichen Zunahme von 8 %.
- ❖ **1334** Weingüter und Abfüllbetriebe in Spanien entwickeln die ökologische Produktion.
- ❖ Nationale Projekte wie das Gütesiegel „**Sustainable Wineries for Climate Protection**“ (94 zertifizierte Weingüter) haben das Ziel, eine **wirksame Kontrolle des Nachhaltigkeitsgrades** in der Branche durchzuführen.
- ❖ Verpflichtung des Sektors **Net-Zero für 2035.**
- ❖ Grundlegende Rolle bei der **Landschaftserhaltung** und der **Verhütung von Waldbränden.**

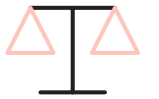


Hilft dabei, Gemeinden zu beleben, die von Entvölkerung bedroht sind

Der Wein und das gesamte Ökosystem, das sich um ihn herum entwickelt, tragen dazu bei, **Gemeinden, die von Entvölkerung bedroht sind, am Leben zu erhalten.**



Kommunikation der Argumente



Abgesehen von den

Zahlen zeigt sich die Bedeutung
des Weins in Spanien an den
Spuren, die er in unserer Kultur,
Geschichte und Tradition
hinterlassen hat ...



BEI DER KOMMUNIKATION ÜBER SPANISCHEN WEIN IST ES WICHTIG, DIE FOLGENDEN EMPFEHLUNGEN ZU BEACHTEN.

WAS TUN?

1/Lebensstil: Wein ist in Spanien eine Lebensart und gehört zu unserer Kultur, Landschaft und unseren Gewohnheiten. Er ist Teil der mediterranen Ernährung, bei der das gemeinsame Essen und die Geselligkeit bei Tisch eines unserer Markenzeichen ist, mit der besten Gastronomie und der Vielfalt der Weine. Dieser Lebensstil ist der Schlüssel unserer hohen Lebenserwartung.

2/Vielfalt und Qualität als Zeichen der Identität. Wir erobern die Welt mit den besten Weinen aus Spanien. Es ist ein Pioniersektor in der **Internationalisierung**, der in 189 Ländern vertreten ist.

3/Mäßiger Konsum ist ein klarer Kompromiss des Sektors nur **mäßigen Weinkonsum** zu fördern und zu verteidigen und missbräuchlichen Konsum durch Schulungen und

seinen Kommunikationskodex zu bekämpfen.

4/Förderung des Wertes des spanischen Weinsektors: seine Bedeutung für die spanische Wirtschaft, die Umwelt und die Gesellschaft hervorzuheben, wobei seine Rolle in der Kultur und seine Rolle als Beschäftigungs- und Chancegeber in den ländlichen Gebieten hervorgehoben wird. **Wo es Wein gibt, ist Leben.**

5/Spitzenreiter im Tourismus mit einem breiten Angebot den Önotourismus zu entdecken. Viele unserer Märkte kennen Spanien wegen der Sonne und des Strandes. Doch Spanien hat noch viel mehr zu

bieten! Entdecken wir andere Eigenschaften unserer Weinregionen, um ihre Erfahrungen und Begegnungen zu erweitern.

WAS NICHT TUN?

1/Aufbau eines besseren Images des spanischen Weinsektors: Es ist wichtig, sich selbst ins rechte Licht zu rücken, ohne andere Weinmarken, Rebsorten oder spezifischen Herkunftsbezeichnungen geringzuschätzen.

2/Förderung des moderaten Konsums. Nicht für Minderjährige geeignet und unvereinbar mit Autofahren und Schwangerschaft. Dies ist ein

sehr ernstes Thema, auf das die Branche besonderen Wert legt. Es darf nicht auf humoristische Weise verwendet werden. Nachrichten über die **möglichen gesundheitlichen Auswirkungen von Wein dürfen von der Branche nicht als kommerzielles Argument verwendet werden. Sie können nur von Wissenschaftlern auf der Grundlage nachgewiesener Beweise publiziert werden.**

3/Der Wert spanischer Produkte und ihrer Qualität sollte hervorgehoben werden. Der Wert des spanischen Weins muss noch gesteigert werden. **Verwenden Sie keine Sätze wie „Spanische Weine sind preiswert“**, da es kein positives Attribut ist.

4/Internationale Gastronomie mit den Weinen aus Spanien: Abgesehen von der Tatsache, dass unsere Weine perfekt zur spanischen Küche passen, sollten wir unsere eigenen Rezepte nicht vernachlässigen. In jedem Land sind die spanischen Weine dank ihrer Vielfalt die **perfekte Ergänzung der lokalen Gastronomie.**

Teilnehmer /innen und Danksagungen

Wir danken den Personen und Förderorganisationen, die an der Erstellung dieses Dokuments mitgewirkt haben, für ihren Einsatz und die Beiträge, die sie in monatelanger Arbeit geleistet haben.

FÖRDERORGANISATIONEN

- Organización Interprofesional del Vino de España [Interprofessionelle Organisation für spanischen Wein]
- ICEX España Exportación e Inversiones, ... - Foods & Wines from Spain [Nationale öffentliche Wirtschaftseinrichtung, zur Förderung der Internationalisierung spanischer Unternehmen.]

TEILNEHMENDE VEREINE und VERBÄNDE

- Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) [Spanischer Verband der Weinstädte]
- Rutas del Vino [Weinrouten]
- Alimentos de Madrid [Lebens- und Nahrungsmittel aus Madrid]
- Aragón Exterior [Organisation der Regierung von Aragonien zur Förderung der Internationalisierung der aragonischen Wirtschaft (AREX)]
- Instituto de Fomento de la Región de Murcia [Förderinstitut der Region Murcia]
- Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV) [Spanischer Verband der Weinaufsichtsbehörden]
- Kontrollrat für DO-Herkunftsbezeichnungen (C.R.D.O) Jerez
- Kontrollrat für DO-Herkunftsbezeichnungen (C.R.D.O) Navarra
- Federación Española del Vino (FEV) [Spanischer Weinbauverband (FEV)]
- Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha [Institut für die Auslandsförderung von Kastilien-La Mancha]

- Instituto de Competitividad Empresarial CyL (ICE) [Institut für Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen Kastilien und Leon (ICE)]
- Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación [Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung]
- Unión de Pequeños Agricultores (UPA) [Verband der spanischen Kleinbauern (UPA)]
- Sociedad Canaria de Fomento Económico (PROEXCA) [Kanarische Gesellschaft für wirtschaftliche Entwicklung (PROEXCA)]
- Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias (INTIA) [Institut für Agrar- und Lebensmitteltechnologien und -infrastrukturen von Navarra (INTIA)]
- Real Academia de la Gastronomía [Königliche Akademie für Gastronomie]
- Cooperativas Agro-alimentarias de España [Agrar- und Lebensmittelgenossenschaften in Spanien]
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia [Autonome Gemeinschaft der Region Murcia]

IN ZUSAMMENARBEIT MIT

KPMG

FOTOGRAFIE

Abel Valdenebro und Fotoarchiv

GEMEINSAMES
NARRATIV ÜBER
DEN
SPANISCHEN
WEIN



GEMEINSAMES
NARRATIV ÜBER
DEN
SPANISCHEN
WEIN

