

## CHAMPAGNER-VERSTEIGERUNG

Während der letzten Pariser Buchmesse wurde dem deutschen Nobelpreisträger für Literatur, Günter Grass, eine Magnumflasche „Esprit du Siècle“ überreicht. Mit dieser auf 323 Flaschen limitierten Sondercuvée aus den 11 besten Jahrgängen des 20. Jahrhunderts ehrt das Haus Moët & Chandon Persönlichkeiten, die das letzte Jahrhundert in besonderem Maße geprägt haben. Am Abend des 28. September stellte Günter Grass diese Magnum auf einer Versteigerung im Hamburger Kunsthaus zur Verfügung, um den Erlös der von ihm gegründeten „Stiftung zugunsten des Romavolkes“ zufließen zu lassen. Weitere Raritäten, die zur Versteigerung gelangten, waren Jahrgangschampagner von Moët & Chandon aus den Jahren 1914, 1921, 1952 und 1962. Günter Grass begleitete diese jeweiligen Jahrgänge mit einer Lesung der entsprechenden Kapitel aus seinem Buch „Mein Jahrhundert“. Tages-Themen-Moderator Ulrich Wickert leitete die Versteigerung mit Humor und Temperament und erzielte zugunsten der Grass-Stiftung einen Gesamtbetrag in Höhe von DM 54 000,-



v.l.n.r.: John Neumeier, Günter Grass, Ulrich Wickert.

## SOMMELIERS UND JUNIOREN IM WETTBEWERB

Mit der Zielsetzung, Erfahrungen zu bündeln und Synergieeffekte zu nutzen, werden vom 11. bis 12. November 2001, unter einem Dach, die Leistungswettbewerbe „Deutscher Weinkellnerwettbewerb (Sommelier)“ und „Juniorenwettbewerb Deutscher Wein“ im Dresdner Dorint-Hotel durchgeführt. Um den Bedürfnissen der Absatzpartner und dem Leistungswillen der Sommeliers weiterhin gerecht werden zu können, haben das Deutsche Weininstitut (DWI) und die Sommelier-Union Deutschland e.V. verabredet, den „Deutschen Weinkellnerwettbewerb (Sommelier)“ künftig jährlich, im Rahmen einer Gesamtveranstaltung gemeinsam mit dem etablierten „Juniorenwettbewerb Deutscher Wein“ durchzuführen. Das neue Konzept gewährleistet auch bei schwächerer Beteiligung die kontinuierliche Durchführung des für die Zielgruppe wichtigen Leistungs- und Motivationswettbewerbs.

Teilnahmeberechtigt am „Juniorenwettbewerb“ sind Auszubildende und junge Nachwuchskräfte von Gastronomie und Handel (LEH, Wein- und Getränkefachhandel), die nach dem 1. November 1977 und vor dem 1. November 1983 geboren sind. Wesentliche Voraussetzungen für die Teil-

nahme am „Deutschen Weinkellnerwettbewerb“ sind das Mindestalter von 24 Jahren (vor dem 11. November 1977 geboren) und mindestens fünf Jahre Berufspraxis in der Gastronomie oder im Weinfachhandel. Anmeldeunterlagen gibt es beim DWI, Bereich Schulung, Gutenbergplatz 5-7, 55116 Mainz. Anmeldeschluß ist der 8. Oktober 2001.

## DRITTER SPIRITUOSENTAG FAND GROSSEN ANKLANG

Am 8. und 9. September 2001 wurde auf Initiative des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. (BSI) der dritte Spirituosen-Tag in Deutschland gefeiert. Diese Initiative, an die sich die Deutsche Kornbranntwein-Vermarktung GmbH (dkv) mit dem „Tag des Korn“ angeschlossen hat, fand bei den Verbrauchern und bei den Medienvertretern großen Anklang. Alle beteiligten BSI-Mitgliedsfirmen bewerteten den dritten Spirituosen-Tag als sehr erfolgreich. In ganz Deutschland nahmen viele Spirituosenunternehmen teil, die individuelle Programme gestalteten. Es wurde den Medien und den Verbrauchern die Gelegenheit gegeben, hinter die Kulis-

sen der in den verschiedensten Regionen Deutschland ansässigen Spirituosenunternehmen zu schauen und die Vielfalt ihrer Produkte näher kennen zu lernen. Anlässlich des Spirituosen-Tag gab es neben kulinarischen Köstlichkeiten, Seminare, Informationsprogramme und Events rund um die Welt der Cocktails und die Vielfalt der Mix-Möglichkeiten auf Basis von verschiedenen Spirituosen. Dazu wurden professionelle Barkeeper engagiert, die bunte, fruchtige, herzhaft und spritzige Cocktails im „Free-Styling“ zauberten. Aufgrund des großen Anklangs plant man auch in Zukunft Veranstaltungen rund um die Vielfalt, den Genuß, die Kultur und die Tradition der Spirituosen durchzuführen.

## FREIXENET X – „NEW STYLE, NEW MAGIC“

Exklusiv, trendy und auf ganz neue Art magisch... mit diesen Adjektiven läßt sich der neue Freixenet X treffend beschreiben. Auch das Werbemotiv entspricht ganz diesem modernen Stil. In Szene gesetzt von der vielfach prämierten Designerin Anja Kroencke, präsentiert sich der neue Freixenet X mit einem eigenen Werbesujet in den Fachzeitschriften für Gastronomie, Hotellerie und Getränkegroßhandel. Für das Werbekonzept zeichnet – wie auch für die Freixenet TV-Kampagne „The magic of Freixenet“ – die Schweizer Agentur Pucci.Sulzer verantwortlich. Die Mediaplanung liegt in der Verantwortung von HMS Carat, Wiesbaden.

Das neue Werbemotiv macht es sehr deutlich: Freixenet X ist ein eigenes Produkt für die Gastronomie, das nicht nur vom Image und dem Bekanntheitsgrad des berühmten Cavas Freixenet profitiert, der sich in den vergangenen Jahren als Marktführer an die Spitze des deutschen Sektmarktes setzte. Die neue Premium-Linie setzt auch qualitativ neue Maßstäbe in der Hotellerie, Gastronomie und in Diskotheken. Optik und Ausstattung tragen noch wesentliche Merkmale der Muttermarke, setzen sich aber in Stil und Anmutung deutlich ab. Typisch die gefrosten schwarzen und weißen Flaschen, neu die Flaschenform und original der Schriftzug Freixenet. Neu ist das Spiel mit dem magischen „X“, das namensgebend für die neue Produktlinie war.

Die edle, coole Optik wird im Motiv von Anja Kroencke perfekt umgesetzt. Die Wiener Designerin hat mit ihrem unverkennbaren Stil in den USA bereits große Erfolge gefeiert. Unter anderem wurde ihre Arbeit für die New York Times von



der Society of Newspaper Design mit dem Silver Award ausgezeichnet. Zahlreiche weitere Preise zum Beispiel vom Art Directors Club New York bestätigen die effektvolle und erstklassige Arbeit der Künstlerin, die jetzt für Freixenet X die Illustration kreierte. Mehr Information zur Person unter [www.anjakroencke.com](http://www.anjakroencke.com).

## ÖKO-LIQUEUR

Ökologische Aspekte spielen für viele Verbraucher eine immer bedeutendere Rolle. Groß im Kommen sind momentan Öko-Spirituosen. Einer der Vorreiter auf dem Gebiet der ökologischen Spirituosenherstellung ist die Destillerie Dwersteg in Steinfurt. Der Familienbetrieb wurde bereits im Jahr 1882 gegründet und ist heute bis weit über das Münsterland hinaus für innovative Produkte und Qualität bekannt. Eine Spezialität aus der Destillerie Dwersteg ist der Schoko-Crème-Liqueur. Er wurde auf der diesjährigen „Bio-Fach“ in Nürnberg zum „Produkt des Jahres – Naturkost“ gekürt.

