



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück

# WIR DANKEN UNSEREN SPONSOREN!

WEIN: DIREKT



**WEIN  
verkauft!**

Fachpodcast der Weinbranche



**FRAU Z.**  
KOMMUNIKATIONSDESIGN

**BAYER  
BAYER  
BAYER  
BAYER** **BAYER  
DRUCK**  
www.bayerdruck.de



**VEREINIGTE HAGEL**

**AMORIM  
CORK  
DEUTSCHLAND**

**msu**

VERSICHERUNGSMAKLER  
RICHTIG VERSICHERT ZUM FAIREN PREIS

**sup** **soppe**  
+partner

Software für die Weinwirtschaft



KRÄMER DRUCK

IHRE ETIKETTENDRUCKEREI AN DER MOSEL  
WWW.KRAEMER-DRUCK.DE

ZUVERLÄSSIGKEIT    KOMPETENZ    SPITZENQUALITÄT

**nollen** **SCHREINER  
WERKSTÄTTE**



HERZLICH WILLKOMMEN

# 29. WEINMARKETINGTAG

## Rheinland-Pfalz

Neu und Nachhaltig!? –  
Innovative Ideen für das Weinmarketing



# NEU DU NACHHALTIG!?

## – INNOVATIVE IDEEN FÜR DAS WEINMARKETING

- 13:30 Uhr Begrüßung  
Michael Lipps (DLR Rheinhessen-Nahe-Hunsrück)
- 13:35 Uhr Grußwort  
Staatssekretärin Petra Dick-Walther (MWVLW, Mainz)
- 13:45 Uhr Einführung  
Bernd Wechsler (Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing)
- 14:00 Uhr Wein-Automaten – mehr als nur 24/7-Service  
Alina Matheus (Kompetenzzentrum) und Karen Michel (Cisterzienser Weingut, Dittelsheim-Heßloch)
- 15:00 Uhr Zukunftsweine – eine neuen Bewegung für PIWIs  
Dr. Eva Vollmer (Eva Vollmer Weine, Mz-Ebersheim) und Johannes Schiebe (Markenagentur SchiebeZimmer, Mainz)
- 16:00 Uhr Pause
- 16:30 Uhr Genuss ohne Reue – alkoholfreier Wein boomt!  
Clemens Gerke (Chefredaktion Weinwirtschaft) und Christian Nett (Weingut Bergdolt-Reif & Nett, Duttweiler)
- 17:30 Uhr Naturweintrend – keine „trüben“ Aussichten  
Jonas Seckinger (Weingut Seckinger, Niederkirchen)
- 18:30 Uhr Ende und Ausklang mit Verkostung



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück

# BEGRÜßUNG



## Begrüßung

Michael Lipps

Dienststellenleiter DLR R-N-H



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück

# GRUSSWORT



## Grußwort

Staatssekretärin Petra Dick-Walther  
MWVLW, Mainz



WARUM DAS THEMA?

---

# 29. WEINMARKETINGTAG

## Rheinland-Pfalz

Neu und Nachhaltig!?! –  
Innovative Ideen für das Weinmarketing

# WIR LEBEN IN HERAUSFORDERNDEN ZEITEN

---

- Inflationsrate im Oktober 2022 liegt bei 10,4 %  
Verbraucherpreisindex misst die durchschnittliche Preisentwicklung aller Waren und Dienstleistungen misst, die private Haushalte für Konsumzwecke kaufen.
- Energieprodukte binnen Jahresfrist um 43,0 % teurer
- Nahrungsmittel verteuerten sich um 20,3 %

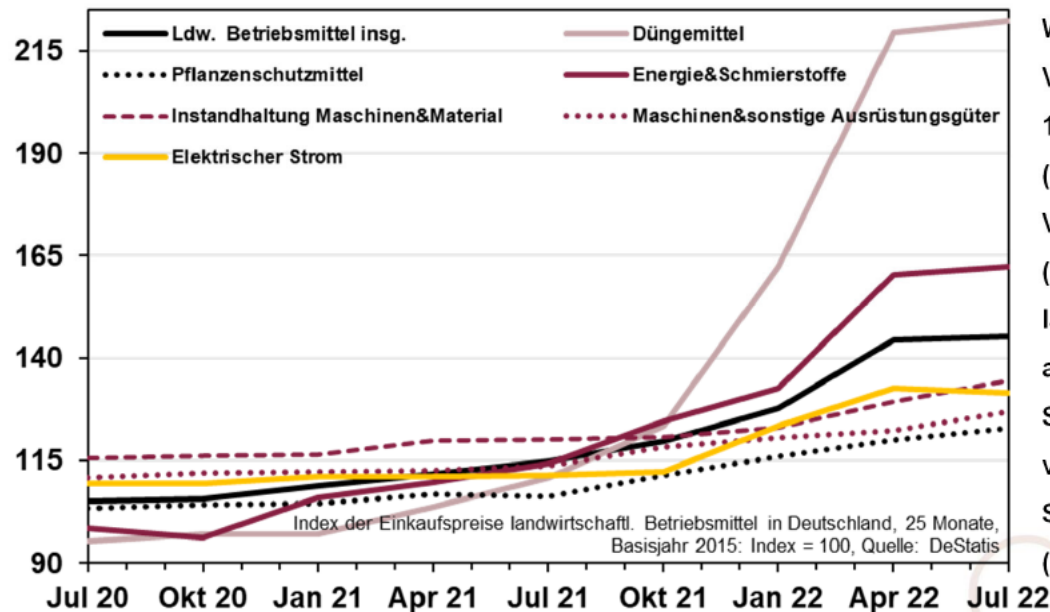


# EINKAUFSPREISE FÜR LANDWIRTSCHAFTLICHE BETRIEBSMITTEL EXPLODIEREN

## Index der Einkaufspreise landwirtschaftlicher Betriebsmittel in Deutschland bis Juli 2022



Deutscher Weinbauverband e.V.



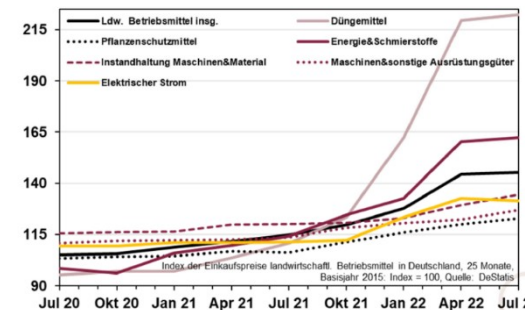
Während der Gesamtindex der Verbraucherpreise in Deutschland im Juli 2022 118,4 Indexpunkte betrug (+7,5 % zum Vorjahresmonat) sowie der Verbraucherpreisindex für Wein 111,2 Punkte (+6,3 %), kletterte der Index der Einkaufspreise landwirtschaftlicher Betriebsmittel im Juli 2022 auf 145,1 Punkte (+26,4 %). Die höchste Steigerung ist bei Düngemitteln zu verzeichnen (+100,4 %), gefolgt von Energie & Schmierstoffen (+42,0 %), elektrischem Strom (+18,1 %) und Pflanzenschutzmitteln (+15,5 %).



## PREISSTEIGERUNGEN SIND GIFT FÜR DEN KONSUM

- Preise für lawi Betriebsmittel steigen mit (z.B. Düngemittel +100%, PSM +15,5 %)
- Preise für Wein steigen um 7,6 %

### Index der Einkaufspreise landwirtschaftlicher Betriebsmittel in Deutschland bis Juli 2022



Während der Gesamtindex der Verbraucherpreise in Deutschland im Juli 2022 118,4 Indexpunkte betrug (+7,5 % zum Vorjahresmonat) sowie der Verbraucherpreisindex für Wein 111,2 Punkte (+6,3 %), kletterte der Index der Einkaufspreise landwirtschaftlicher Betriebsmittel im Juli 2022 auf 145,1 Punkte (+26,4 %). Die höchste Steigerung ist bei Düngemitteln zu verzeichnen (+100,4 %), gefolgt von Energie & Schmierstoffen (+42,0 %), elektrischem Strom (+18,1 %) und Pflanzenschutzmitteln (+15,5 %).

16.11.2022 | Deutscher Weinbauverband e.V.

Quelle: DeStatis

4

- Bundesregierung erwartet Rezession für 2023  
Prognose: -0,4 % Rückgang der Wirtschaftsleistung in 2023 und erneut hohe Inflationsrate.

# RESILIENZ IN ALLER MUNDE

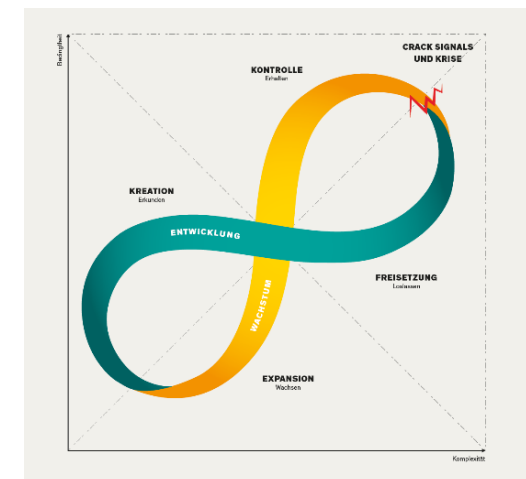
## Resilienz ...

... ist die Fähigkeit, sich an wandelnde Umweltzustände anzupassen und konstruktiv auf Krisen zu reagieren.

## Es braucht ein „produktives“ Verständnis von Krisen

Krisen sind prinzipiell nicht zu verhindern, können aber durch Anpassung konstruktiv bewältigt werden, wenn anstelle des Festhaltens am alten Status quo der Sprung in die **Innovation** gewagt wird.

Quelle: [www.zukunftinstitut.de](http://www.zukunftinstitut.de)



## DESHALB DAS THEMA: INNOVATION

---

„Innovation ist kein Luxus, den man sich leistet, wenn man gerade Zeit dafür hat.

Innovation ist vielmehr das tragende Fundament langfristiger Markterfolge geworden.

Das **Ausmaß der Innovationsfähigkeit** von Unternehmen **entscheidet** zukünftig **über deren Erfolg** oder ihr stilles Sterben.“

Bianca Prommer (Unternehmensberaterin)  
growthfactory.at



# INNOVATIVE UNTERNEHMEN KOMMEN BESSER DURCH KRISEN

- Weltwirtschaftskrise 2008
- Corona
- Ukraine-Krieg
- Klimawandel







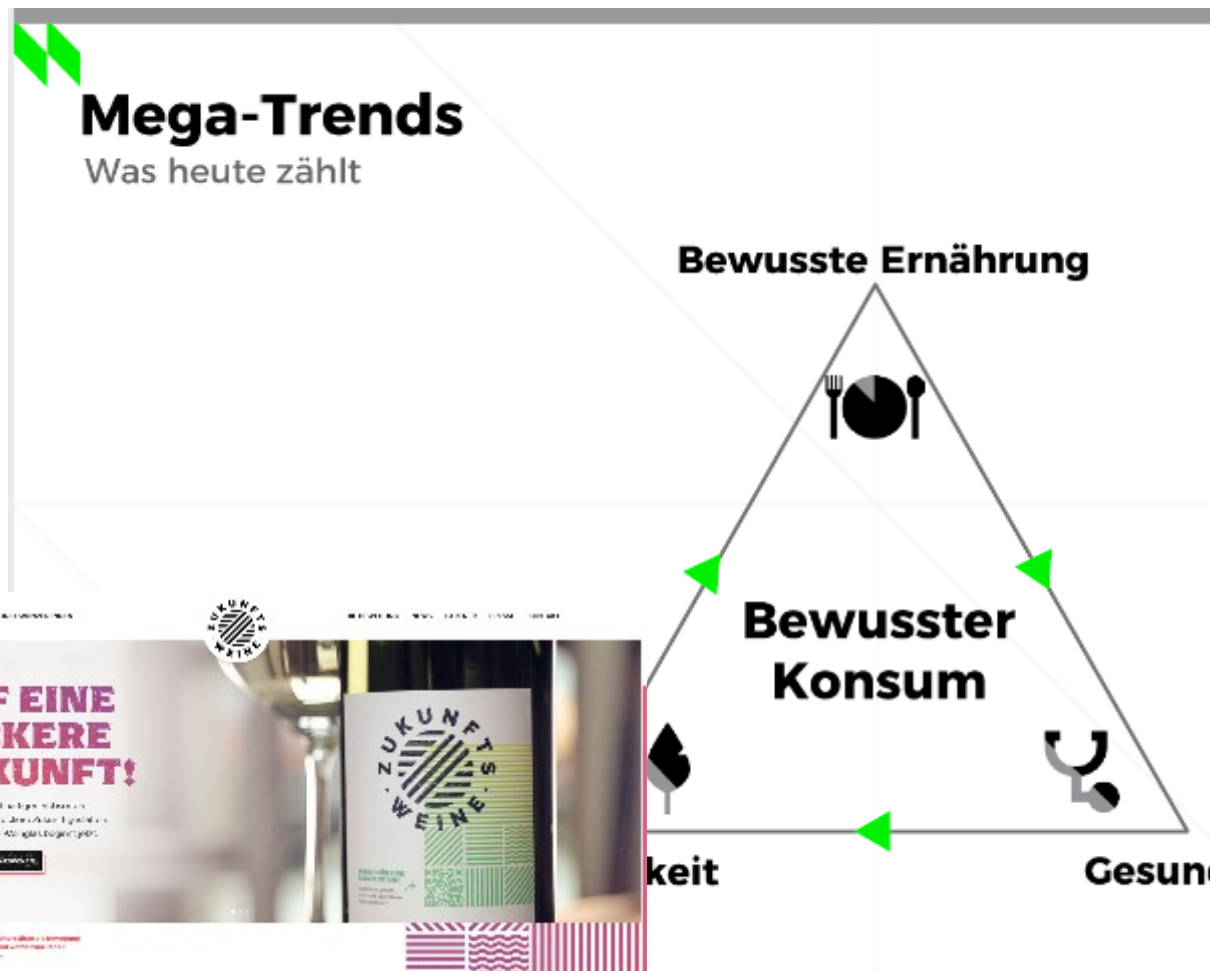
# WAS MACHT INNOVATIONEN ERFOLGREICH? ... UND DAMIT AUCH NACHHALTIG

1. Relevanter Kundennutzen
2. Relevante Differenzierung vom Wettbewerb
3. Akzeptanz und Erklärbarkeit der Produktinnovation
4. Einfach zu testen
5. Einfach zu wechseln
6. Rechtliche Rahmenbedingungen
7. Ertragsaussichten der Produktinnovation
8. Integration in bestehendes Produktportfolio
9. Marken-Fit
10. Umsetzbarkeit

Quelle: [www.lead-innovation.com](http://www.lead-innovation.com)



# WENN INNOVATIONEN AUF MEGATRENDS TREFFEN ENTSTEHT DYNAMIK



„Der Klimawandel ist da und für uns alle spürbar. Und jetzt der Hammer – es sind nicht immer »die Anderen«, die dafür verantwortlich sind. Nein – auch wir tragen zur Klimakrise bei: Winzer:innen, Händler:innen und Weintrinker:innen.

Mit einem innovativen Ansatz packen wir das Problem sprichwörtlich bei den Wurzeln und starten die Bewegung: #Zukunftsweine“

[www.zukunftsweine.de](http://www.zukunftsweine.de)

GTAG

# WENN INNOVATIONEN AUF MEGATRENDS TREFFEN ENTSTEHT DYNAMIK

Naturwein –  
„Die Zartbitterschokolade unter  
den Weinen“

Alexander Jürgs, FAZ







# WENN INNOVATIONEN AUF MEGATRENDS TREFFEN ENTSTEHT DYNAMIK



„Sober Curiosity – den Verzicht genießen.“

[www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de)



© 2021 NielsenIQ Consumer LLC. All Rights Reserved.



# HAUPTTREIBER FÜR UNSER ERSTES THEMA HEUTE: DER LOCKDOWN !

## Innovative Unternehmen kommen besser durch Krisen

- Weltwirtschaftskrise
- Corona
- Ukraine-Krieg
- Klimawandel







# KONTAKTLOSER VERKAUF: WAS ALS NOTLÖSUNG ANFANG, WURDE SCHNELL PROFESSIONELLER ...







# KONTAKTLOSER VERKAUF: WAS ALS NOTLÖSUNG ANFANG, WURDE SCHNELL PROFESSIONELLER







# WEIN-AUTOMATEN – MEHR ALS NUR 24/7-SERVICE



## Wein-Automaten – mehr als nur 24/7-Service

Alina Matheus (Kompetenzzentrum) und  
Karen Michel (Cisterzienser Weingut, Dittelsheim-Heßloch)



# ERFOLGREICHE INNOVATIONEN TREFFEN AUF MEGATRENDS

**Mega-Trends**  
Was heute zählt

**Bewusste Ernährung**

**Bewusster Konsum**

**Umwelt** **Gesundheit**

**AUF EINE LECKERERE ZUKUNFT!**

ZUKUNFTSWEINE

226



## PIWIS – HABEN DOCH NUR VORTEILE, ODER?

- weniger PSM-Einsatz
- weniger Energieaufwand
- weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen
- weniger Bodenverdichtungen
- Schonung der Natur
- niedrigere Produktionskosten
- Zeitgewinn

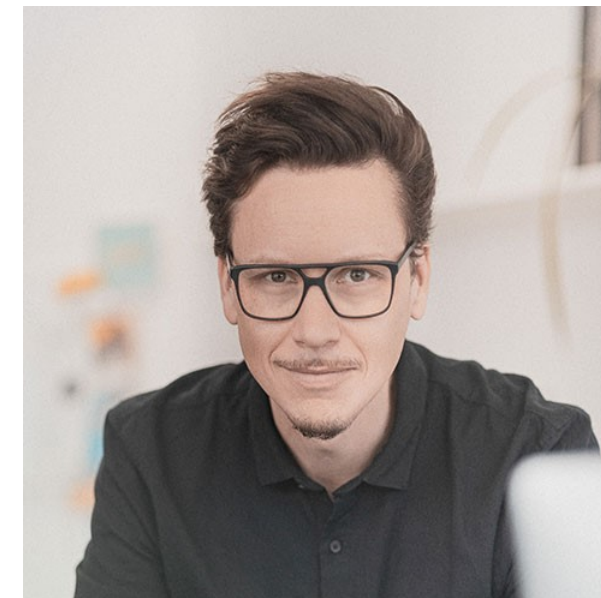
Warum nur 3 % der Dt. Rebfläche mit PIWIs bepflanzt?  
Warum fremdeln Winzer noch immer?

- ... und schmecken tun PIWIS auch





# ZUKUNFTSWEINE – EINE NEUEN BEWEGUNG FÜR PIWIS

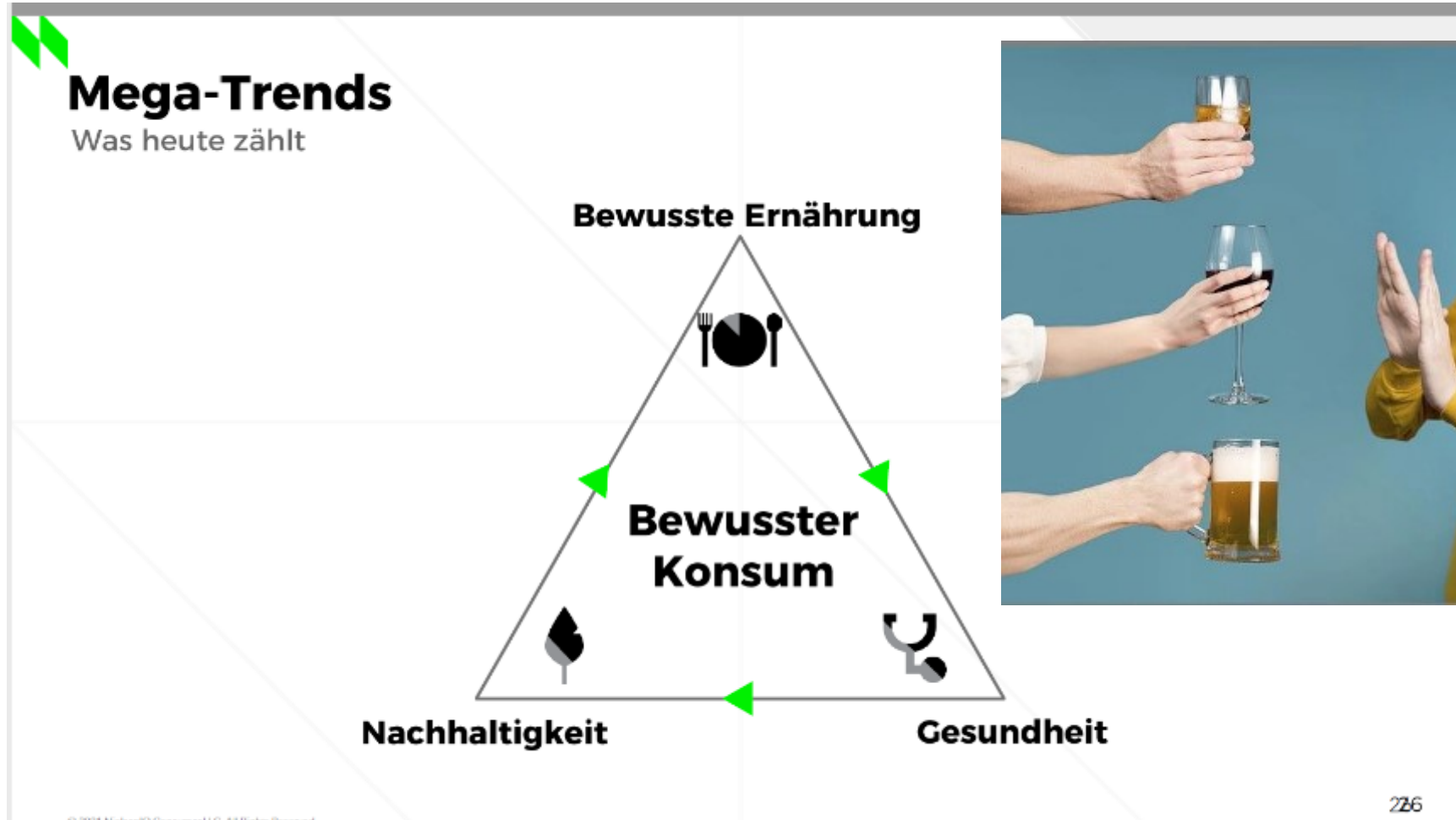


## Zukunftsweine – eine neuen Bewegung für PIWIs

Dr. Eva Vollmer (Eva Vollmer Weine, Mz-Ebersheim) und  
Johannes Schiebe (Markenagentur SchiebeZimmer, Mainz)



# ERFOLGREICHE INNOVATIONEN TREFFEN AUF MEGATRENDS



© 2021 NielsenIQ Consumer LLC. All Rights Reserved.

226

# KONSUMFORSCHER BESTÄTIGEN: ALKOHOLFREI WÄCHST!



## DER SOBER-TREND NIMMT WEITER ZU

Zunehmendes Bewusstsein für Gesundheit spiegelt sich auch im Bereich der Getränke wieder

### „Food Trend Report 2021“: Trend zu alkoholfreiem Genuss nimmt weiter zu

Die Besinnung auf das wichtige Gut Gesundheit wirkt sich auch im Bereich **Getränke** aus: Auf Alkohol verzichten, ohne den Geschmack und Genuss missen zu müssen, wird für viele Menschen attraktiver.

**Mocktails** – also Cocktails ohne Alkohol – bieten schon seit einigen Jahren eine **Drink-Alternative ohne Alkohol**. Der neue Trend seien jetzt Edelfruchtsäfte, die wie Spitzenweine kredenz werden, oder zehnjähriger Essig, von dem man einige Tropfen zu Soda hinzugibt.

Zum sogenannten **Sober Trend** (*sober* heißt auf Deutsch nüchtern) gehören auch zunehmend typisch **alkoholische Spirituosen**, wie Gin oder Schnaps, die jetzt **alkoholfrei** auf den Markt kommen. Die **Trinkkultur ohne Alkohol** wird auch von der Gastronomie aufgegriffen: In Berlin öffnete in diesem Jahr die erste Sober Bar. In vielen Bars und Restaurants gehört inzwischen neben einer ausführlichen Weinkarte auch eine gute Tee- und Saftkarte zum Angebot.



Illustration für die absolute Medien-Welt  
© 2021 NielsenIQ  
Brand-Gruppe  
Martini jetzt auch alkoholfrei  
Quelle: getsekt-news.de



Food Tech Startup Noa Drinks lanciert alkoholfreie Alternative zu Gin  
Noa Drinks lanciert eine Food-Tech-Alternative zum Drink und stellt die Innovationen vor  
Quelle: about-drinks.com

Quelle: <https://www.merkur.de/leben/genuss/ernaehrung-2021-corona-food-trends-report-essen-trinken-essverhalten-gastronomie-zr-90094749.html>; 18.01.2021

23



# ALKOHOLKONSUM BEI JUNGEN MENSCHEN RÜCKLÄUFIG – ZUKUNFTSTHEMA !



Sitemap Kontakt English Gebärdensprache Leichte Sprache

ÜBER UNS WAS WIR TUN FORSCHUNG INFOMATERIALIEN SERVICE PRESSE MEDIATHEK SUCHE

Pressekontakt

Pressemitteilungen

Pressearchiv

Daten und Fakten

Publikationen

Medienservice

Pressemotive

Hinweis zu Fake-E-Mails

Presse-Newsletter

[Startseite](#) | [Presse](#) | [Pressemitteilungen](#)

23.06.2022

## Suchtmittelkonsum junger Menschen: Alkoholkonsum rückläufig, Raucherquote unverändert niedrig, Cannabiskonsum nimmt zu

**Zum Weltdrogentag am 26. Juni 2022 veröffentlicht die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung neue Studienergebnisse**

Anlässlich des Weltdrogentags am 26. Juni legt die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) neue Ergebnisse der Studie „Der Substanzkonsum Jugendlicher und junger Erwachsener in Deutschland. Ergebnisse des Alkoholsurveys 2021 zu Alkohol, Rauchen, Cannabis und Trends.“ vor. In der Repräsentativbefragung erhebt die BZgA regelmäßig den Alkohol-, Tabak- und Cannabiskonsum der 12- bis 25-jährigen Bevölkerung bundesweit. Für den Alkoholsurvey 2021 wurden 7.002 junge Menschen in der Zeit der Coronavirus-Pandemie von April bis Juni 2021 befragt.

**Burkhard Blienert, Beauftragter der Bundesregierung für Sucht- und Drogenfragen:** „Prävention lohnt sich immer! Das zeigen die Zahlen beim Alkohol und beim Tabak eindeutig. Auch beim Thema Cannabis brauchen wir noch wirksamere Prävention und zwar so breitflächig wie möglich. Die kontrollierte Cannabisabgabe an Erwachsene wird es insgesamt leichter machen, offen und ehrlich über dieses Thema zu sprechen. Aufklärung über die gesundheitlichen Folgen von Alkohol-, Tabak- und Cannabiskonsum gehört in jede





# DIE TRENDS KOMMEN AUS DEN STÄDTEN „ALKOHOLFREI IST DAS NEUE VEGAN.“

## Alkoholfreier Wein – das neue Trendgetränk erobert den Markt

aktualisiert: 22.06.2022, 06:15 | Lesedauer: 7 Minuten  
Volker Meister



Im Weinladen auf St. Pauli – hier Mitarbeiter Marian Kreuzer – erlebt man einen regelrechten Hype mit alkoholfreien Weinen. Foto: Roland Naguma/Funko Foto Service

Wachstumsraten von bis zu 40 Prozent. In Hamburg wird die Auswahl immer größer – aber nicht jeder ist vom Geschmack begeistert.

Hamburg. Ein gesunder und bewusster Lebensstil gehört

Tipps des Tages für Hamburg





# GENUSS OHNE REUE – ALKOHOLFREIER WEIN BOOMT!



## Genuss ohne Reue – alkoholfreier Wein boomt!

Clemens Gerke (Chefredaktion Weinwirtschaft) und  
Christian Nett (Weingut Bergdolt-Reif & Nett, Duttweiler)



# CHRISTIAN NETT BERGDOLT-REIF & NETT



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück





# CHRISTIAN NETT BERGDOLT-REIF & NETT



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rhein Hessen-Nahe-  
Hunsrück









Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück

# CHRISTIAN NETT BERGDOLT-REIF & NETT

WEINGUT AVANTGARDE	WEINGUT EDITION	WEINGUT TRADITION	PRESTIGE	CONCEPT ENTALKOHOLISIERT	CONCEPT EDELSÜSS	CONCEPT SPECIALS	CONCEPT MARKENWEINE	CONCEPT 1 LITER WEINE	CONCEPT NOSTALGIE	PRICKELNDES SEKT & SECCO
	 <p data-bbox="545 1188 728 1259">BREAK AWAY PINOT BLANC</p> <p data-bbox="570 1310 703 1362">EXPERTISE</p>	 <p data-bbox="998 1188 1126 1259">REVERSE RIESLING</p> <p data-bbox="998 1310 1126 1362">EXPERTISE</p>	 <p data-bbox="1365 1188 1615 1259">REVERSE SAUVIGNON BLANC</p> <p data-bbox="1421 1310 1549 1362">EXPERTISE</p>	 <p data-bbox="1788 1188 2043 1259">REVERSE WEISSBURGUNDER</p> <p data-bbox="1854 1310 1982 1362">EXPERTISE</p>						

Bezeichnung	Entalkoholisierter Wein	teilweise entalkoholisierter Wein	Schäumendes Getränk aus entalkoholisierendem Wein In Schriftzeichen der gleichen Art, Farbe und Größe die sich deutlich von den anderen Angaben abheben	Schäumendes Getränk aus teilweise entalkoholisierendem Wein In Schriftzeichen der gleichen Art, Farbe und Größe die sich deutlich von den anderen Angaben abheben
Recht	Weinrecht – EU und National gültig ab 1.1.2023	Weinrecht – EU und National gültig ab 1.1.2023	Weinverordnung, Lebensmittelrecht	Weinverordnung, Lebensmittelrecht
Zusatzbezeichnung	Alkoholfrei, wenn mehr als 0,05 % vol ist um die Angabe „(< 0,5 % vol)“ zu ergänzen: „Alkoholfrei < 0,5 % vol“	alkoholreduziert	alkoholfrei möglich	alkoholfrei möglich
Bezeichnung Kontingent	Deutscher Wein 15.000 L	Deutscher Wein 15.000 L	Grundwein 20.000 L	Grundwein 20.000 L
% vol	Unter 0,5 % vol	Mehr als 0,5 weniger 8,5 % vol muss entalkoholisiert sein	Weniger als 0,5 % vol	Mehr als 0,5 weniger 4,0 % vol
Verschnitt	85 % bei Rebsortenangabe kein Bezeichnungsunschädlicher Verschnitt von Süßreserve	85 % bei Rebsortenangabe kein Bezeichnungsunschädlicher Verschnitt von Süßreserve	100 % bei Rebsortenangabe	100 % bei Rebsortenangabe
Süßung	Traubenmost, RTK, konzentrierter Traubenmost	Traubenmost, RTK, konzentrierter Traubenmost	Saccharose, Traubenmost, RTK, konzentrierter Traubenmost	Saccharose, Traubenmost, RTK, konzentrierter Traubenmost
Aromen Zusatz	Nein	Nein	Möglich	Möglich
Zutatenverzeichnis, Nährwerttabelle	Wie Wein, erst später	Wie Wein, erst später	Notwendig	Notwendig
Rebsorte	Keine Rebsorte die eine g.U oder g.g.A. beinhaltet, wie Spätburgunder, Grauburgunder, Weißburgunder, Frühburgunder, Blaufränkisch, Rheinriesling, davon nur die Synonyme			
Einsatz von DMDC	Ja Velcorin möglich			
Anreicherung	Anreicherung nicht möglich			
Schandelmaier, Entwurf Stand Nov. 2022 aufgrund der Aktualität sind Veränderungen möglich. Die Informationen stellen keine Rechtsauskunft dar, sondern dienen ausschließlich zu Informationszwecken. Verbindlich sind die einschlägigen Vorschriften.				



# ERFOLGREICHE INNOVATIONEN TREFFEN AUF MEGATRENDS

## Mega-Trends

Was heute zählt



**Bewusste Ernährung**

**Bewusster Konsum**

**Nachhaltigkeit**

**Gesundheit**

© 2021 NielsenIQ Consumer LLC. All Rights Reserved.

226





# NICHT DAS ERSTE MAL, DASS WIR UNS MIT DEM THEMA I.W.S. BEFASSEN

## Agrartage 2019

Weinprobe „Extreme Weinstile“

## WeinMarketingtag 2019

„Nischenmarketing“ (Ziereisen, Kössler, Watzka)

## Agrartage 2020

„Back to Nature(wines)“ plus Flights Alk.-frei und PIWIS

## Pfälzer Weinbautage 2022

„Stilistik Pfälzer Rieslinge“

## Ortswein-Preview, VDP-MV, ...



PROBEN NR. 13-15:  
BACK TO NATURE(WINES)



Bernd Wechsler | Kompetenzzentrum Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz

Wineprobe, 23. Januar 2020





# NATURWEINTREND – KEINE „TRÜBEN“ AUSSICHTEN

---

## Was darf man unter NATURWEIN verstehen?

1. Biologischer oder biodynamischer Anbau
2. Handlese
3. Spontangärung
4. Verzicht auf/ oder nur minimale Filtration
5. Keine Schönungsmittel
6. Verzicht auf/ minimale Zugabe von Schwefel



# ERFOLGREICHE INNOVATIONEN TREFFEN AUF MEGATRENDS

**Mega-Trends**  
Was heute zählt



**Bewusste Ernährung**

**Bewusster Konsum**

**Nachhaltigkeit**

**Gesundheit**

© 2021 NielsenIQ Consumer LLC. All Rights Reserved.

226





# NATURWEINTREND – KEINE „TRÜBEN“ AUSSICHTEN



## Naturweintrend – keine „trüben“ Aussichten

~~Christian Lebherz (Weinhandlung Cool Climate, Frankfurt) und  
Jonas Seckinger (Weingut Seckinger, Niederkirchen)~~



# WAS MACHT INNOVATIONEN ERFOLGREICH? ... UND DAMIT AUCH NACHHALTIG

1. Relevanter Kundennutzen
2. Relevante Differenzierung vom Wettbewerb
3. Akzeptanz und Erklärbarkeit der Produktinnovation
4. Einfach zu testen
5. Einfach zu wechseln
6. Rechtliche Rahmenbedingungen
7. Ertragsaussichten der Produktinnovation
8. Integration in bestehendes Produktportfolio
9. Marken-Fit
10. Umsetzbarkeit



ead-innovation.com



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinhesse-Nahe-  
Hunsrück

# NOCHMALS HERZLICHEN DANK UNSEREN SPONSOREN!

WEIN: DIREKT



**WEIN  
verkauft!**

Fachpodcast der Weinbranche



**FRAU Z.**  
KOMMUNIKATIONSDESIGN

**BAYER  
BAYER  
BAYER  
BAYER** **BAYER  
DRUCK**  
www.bayerdruck.de



**VEREINIGTE HAGEL**

**AMORIM  
CORK  
DEUTSCHLAND**

**msu**

VERSICHERUNGSMAKLER  
RICHTIG VERSICHERT ZUM FAIREN PREIS

**sup** **soppe**  
+partner

Software für die Weinwirtschaft



KRÄMER DRUCK

IHRE ETIKETTENDRUCKEREI AN DER MOSEL  
WWW.KRAEMER-DRUCK.DE

ZUVERLÄSSIGKEIT

KOMPETENZ

SPITZENQUALITÄT

**nollen** **SCHREINER  
WERKSTÄTTE**



Rheinland-Pfalz

Dienstleistungszentrum  
Ländlicher Raum  
Rheinessen-Nahe-  
Hunsrück

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Bernd Wechsler  
Kompetenzzentrum  
Weinmarkt & Weinmarketing Rheinland-Pfalz  
Wormser Str. 162  
55276 Oppenheim

[www.weinmarketing.rlp.de](http://www.weinmarketing.rlp.de)