

Brot & Wein

Leitfaden für
Events und Pairing

Herausgeber:



&



Brot und Wein

verbindet eine Jahrtausende lange gemeinsame Geschichte, denn beide Kulturgüter basieren auf der Kunst der Fermentation. Die kulinarische Partnerschaft lässt sich bis ins Alte Testament zurückverfolgen und ist heute aktueller denn je.

Mit Liebe und Handwerkskunst hergestellte Genussmittel erleben eine Renaissance. Bäcker wie Winzer können von diesem Trend profitieren.

Diese Broschüre möchte zu gemeinsamen Genussevents inspirieren und das hierzu nötige Know-how liefern.

Im ersten Teil geht es um die Kombination von Brot & Wein aus sensorischer Sicht. Der zweite Teil befasst sich praxisorientiert mit der Planung und Durchführung von Brot & Wein Genussevents.

Wir wünschen viel Spaß und Erfolg bei der Umsetzung der nachfolgenden Anregungen und Impulse.



Brot & Wein-Pairing

Auch wenn man der Kombination von frischem Weizenbaguette und einem Glas Rotwein immer wieder begegnet: rein sensorisch kam unsere Experten-Gruppe, die sich sehr intensiv mit den Pairings beschäftigt hat, zu einem ganz anderen, auch für uns überraschenden Ergebnis.






Weißwein muss her: Bei einem hellen, also eher mild geröstetem Baguette eher ein leichter, fruchtiger Weißwein und bei kräftigeren Röstaromen im Brot eher ein kräftiger, schwerer Weißwein.

In mehreren Verkostungsrunden haben Wein-Sommeliers und Brot-Sommeliers als Sensorikprofis auf Einladung des Deutschen Brotinstitutes und des Deutschen Weininstitutes die nachfolgenden Leitlinien entwickelt, als Empfehlung, welche Weintypen sensorisch am besten zu verschiedenen Brottypen passen.

Dass Geschmack individuell ist und in manchen Fällen das persönliche Geschmackserlebnis ganz anders sein kann, als dargestellt ist selbstverständlich. Die Übersicht auf der kommenden Seite soll Ihnen insofern als Anregung dienen, um das für Sie optimale Brot & Wein-Pairing zu finden.



Die passenden Weine zum Brot

		Genussmerkmale des Brotes		Genussmerkmale der passenden Weinsorten		Genussmerkmale der Brot & Wein - Kombination
		Kruste	Krume			
Weizenbrot z.B. <i>Baguette</i> 	leicht	milde Karamell- und Röstnoten	milde Hefe- und Fruchtnoten, z.T. Malznoten	<i>Weisswein leicht & fruchtig</i> frische und fruchtige Aromen, trocken, feinrassige Säure, schlanker Körper, moderater Alkohol z.B. Silvaner, Müller-Thurgau, Riesling, Weißburgunder		Die Fruchtnoten des Weines harmonieren mit den Karamell- und Röstaromen des Brotes.
	kräftig	mittlere bis kräftige Röstnoten	milde Hefe- und Fruchtnoten, Malznoten	<i>Weisswein kräftig & schwer</i> ausdrucksstarke, konzentrierte Aromen, Holzinsatz, harmonisch in der Säure, kraftvoller Körper z.B. Grauburgunder, Chardonnay...		Kraftvoller Körper und Schmelz des Weines harmonieren mit den intensiven Röst- und Malznoten des Brotes.
Weizenmischbrot 	leicht	milde Röstnoten	milde Säurennoten	<i>Weisswein leicht & fruchtig</i> frische und fruchtige Aromen, trocken, feinrassige Säure, schlanker Körper, moderater Alkohol z.B. Silvaner, Müller-Thurgau, Riesling, Weißburgunder		Die Fruchtaromen des Weines greifen die leichten Roggennoten des Brotes auf. Die feine Säure des Weines steht in ausgewogener Balance zur milden Säure des Brotes.
	kräftig	mittlere bis kräftige Röstnoten	mittlere Säurennoten	<i>Weisswein kräftig & schwer</i> ausdrucksstarke, konzentrierte Aromen, Holzinsatz, harmonisch in der Säure, kraftvoller Körper z.B. Grauburgunder, Chardonnay...		Der körperbetonte Wein geht eine gelungene Verbindung mit den kräftigen Röstnoten des Brotes ein. Zusätzlich erfrischt die Säure des Brotes den Wein.
Roggen- und Roggenmischbrot 		kräftige Röstnoten	kräftige Säurennoten	<i>Weisswein kräftig & schwer</i> ausdrucksstarke, konzentrierte Aromen, Holzinsatz, harmonisch in der Säure, kraftvoller Körper z.B. Grauburgunder, Chardonnay...		Der Körper des Weines verbindet sich mit den Röstaromen des Brotes. Die Säurennoten von Wein und Brot bauen harmonisch aufeinander auf.
				<i>Rotwein schwer & kräftig</i> ausdrucksstarke, konzentrierte Aromen, auch Barrique, Säure niedrig, gerbstoffbetont, kraftvoller Körper z.B. Lemberger, Dornfelder		Der kraftvolle Körper des Rotweines geht mit den intensiven Röstaromen des Brotes eine gelungene Verbindung ein.
Ölsaatenbrot, Vollkornbrot 	leicht	milde Röstnoten, nussig	mild, nussig, malzig	<i>Roséwein fruchtig</i> fruchtiger Rosé, trocken, frische Säure, leicht bis mittelkräftig		Die beerigen Aromen des Weines werden von dem mild nussigen Charakter des Brotes aufgefangen.
	kräftig	mittlere bis kräftige Röstnoten, deutlich nussig	deutlich nussig, z.T. Röstmalz	<i>Rotwein elegant & komplex</i> ausgewogen, vielschichtige Aromen, etwas Holzinsatz, moderates Tannin, mittelkräftiger Körper z.B. Spätburgunder		Die beerig-würzigen Aromen des Weines verbinden sich mit dem deutlich nussigen Geschmack des Brotes.
Süße Backwaren 				<i>Edelsüße Weine</i> fruchtige Aromen mit ausgeprägter Süße		Die Restsüße des Weines greift die Süße der Backware auf.

Eventleitfaden

Brot & Wein Genussevents gibt es bereits einige auf dem Markt. Die Erfahrungen, die einige der Veranstalter gemacht haben, sind in den vorliegenden Leitfaden mit eingeflossen.



Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen einen Überblick, auf was Sie bei der Planung von Brot & Wein-Veranstaltungen achten sollten.

Grundsätzlich gilt:

Bei Ihrer Veranstaltung präsentieren Sie handwerkliche Produkte auf hohem Niveau. Das sollte sich in jedem Aspekt Ihrer Veranstaltung widerspiegeln, vom Ambiente bis zum hierfür verlangten Preis.

Wenn Sie die Veranstaltung mit viel Liebe zum Detail planen, ist Ihnen der Erfolg sicher!

1. Der richtige Partner

Die Auswahl des richtigen Partners, egal ob Sie Bäcker sind und einen Winzer bzw. ein Weinhändler suchen oder umgekehrt, ist der erste Schritt bei der Planung Ihrer Veranstaltung.

Bei der Suche nach einem Weinpartner gibt es verschiedene Varianten. In den Weinregionen bietet sich an, einen Winzer vor Ort ins Boot zu holen. Niemand kann die Produkte so authentisch vorstellen, wie der, der sie produziert hat. Außerhalb der Anbaugebiete können Fachhändler, Gastronomen mit Expertenwissen oder Sommeliers den Weinpart übernehmen. Vorteil hier: Die vorgestellten Weine müssen, anders als bei der Zusammenarbeit mit einem Winzer, nicht alle vom selben Erzeugerbetrieb stammen. So können Sie eine größere Bandbreite vorstellen.

Wichtig ist, dass die Partner gut harmonieren. Die Qualität der Produkte muss hierbei genauso passen wie die Chemie zwischen den handelnden Personen.



Bei der Suche nach einem passenden Partner helfen Ihnen das Deutsche Brotinstitut und das Deutsche Weininstitut gerne.

2. Die perfekte Location

Wo soll die Veranstaltung stattfinden?

Maximal authentisch ist es, direkt in die Backstube oder in den Weinkeller einzuladen. Das garantiert eine besondere Nähe zum Produkt, sofern es Ihnen gelingt, die logistischen Fragen (Bestuhlung, Toiletten etc.) zu lösen.

Einfacher ist es natürlich, bestehende Café-Räumlichkeiten, eine Vinothek oder eine andere passende Gastronomie zu nutzen.

Ambiente wirkt: Besondere Locations bleiben den Gästen am besten in Erinnerung. In den Weinregionen gibt es z.B. Weinbergshütten. Oder Sie chartern ein Boot, das sich für die Durchführung eignet. Je ungewöhnlicher der Ort der Veranstaltung, umso größer wird die Neugier und Nachfrage sein.

Schließlich besteht auch die Möglichkeit, mit der Veranstaltung zu Ihren Kunden zu kommen, etwa als Firmenevent oder in Form einer Zusammenarbeit mit einem Gastronomen oder einem Event-Büro.



3. Ihre Zielgruppe: Wen möchten Sie begeistern?



Wen wollen Sie mit Ihrer Veranstaltung erreichen? Laden Sie Geschäftskunden (Gastronomen, Händler) oder Multiplikatoren (Medien, Influencer) ein oder richtet sich Ihre Veranstaltung an Endkunden, um diese zu begeistern?

Während bei der Einladung von Geschäftskunden und Multiplikatoren auf die nachfolgenden Umsätze gesetzt werden kann, sollte bei Veranstaltungen für Endkunden ein ordentlicher Preis genommen werden. Es gilt die alte Regel: „Was nichts kostet, ist auch nichts wert“. Nehmen Sie für Ihr Premium-Event etwas mehr Geld und seien Sie dafür etwas spendabler.

Ein Blick auf bereits bestehende Brot & Wein-Veranstaltungen sowie deren Preise gibt einen ersten Anhaltspunkt für die Preisgestaltung. Die Kalkulation legt dann den finalen Preis fest.

Tip: Immer mal wieder gibt es unzufriedene Kunden. Vielleicht möchten Sie diese zu einem derartigen Event einladen, um sie nachhaltig zu begeistern und vom Kritiker zum Fan zu machen?

Selbstverständlich eignet sich ein Brot & Wein-Genussevent auch als perfekte Weiterbildungsmaßnahme für Ihre Mitarbeiter/innen. Genussevents begeistern und begeisterte Mitarbeiter/innen verkaufen besser!



4. Das richtige Timing

Brot- und Wein Events eignen sich am besten für die Nachmittags- und Abendstunden. Für Ihre Teilnehmer/innen sind sie eine willkommene Abwechslung vom Alltag, gewissermaßen ein kulinarischer Kurzurlaub. So sollte dies auch gestaltet werden. Rechnen Sie mit aufgeschlossenen und neugierigen Menschen, die sich von Ihnen gerne informieren und begeistern lassen.

Dies braucht etwas Zeit, so dass ein Brot & Wein Event mindestens 1,5 Stunden dauern sollte. Doch auch ein netter Abend mit 3 Stunden Programm und nettem Ausklang im Anschluss hat sich bewährt.

Für Ihre Teilnehmer/innen steht dabei wie gesagt das Erlebnis im Vordergrund, nicht die Werbung für die vorgestellten Produkte. Wer zu werblich auftritt, verspielt Sympathien. Ziel der Veranstaltung sollten nicht Werbung und direkte Umsätze, sondern Unterhaltung und zufriedene Gäste sein. Je zufriedener diese sind, umso größer wird auch der wirtschaftliche Effekt im Nachgang sein.

Wichtig: Geben Sie Ihren Gästen während des Programms ausreichend Gelegenheiten, die Tischnachbarn kennen zu lernen und sich zwischen den Pairings untereinander auszutauschen. Ein optimales Genuss-Event bietet kleinere Pausen, in denen z.B. passende, ruhige Musik eingespielt werden kann.

5. Die perfekten Pairings

Welche Kombinationen von Brot & Wein wollen Sie bei Ihrer Veranstaltung präsentieren? Definieren Sie im Dialog mit Ihrem Partner die richtigen Produkte und deren Reihenfolge. Der Pairingleitfaden im vorderen Teil der Broschüre gibt Ihnen hierzu eine erste Orientierung, die aber anhand der konkreten Produkte überprüft und ggf. angepasst werden muss.

Gerne können Sie die Pairings von Brot und Wein noch um andere Produkte wie z.B. Käse ergänzen: Eine Idee dazu sind die bewährten Genuss-Trilogien aus dem Fachbuch „Die Sprache des Brotes“ (Matthaes Verlag):

Demnach bilden ein Walnuss-Baguette, ein dezenter Ziegenkäse und ein frisch-fruchtiger, leichter Weißwein oft eine sehr harmonische Kombination und für die Zuhörer beeindruckende Erfahrung. Dies gilt umso mehr für die Kombination von einem Stück Früchtebrot, Blauschimmelkäse und einem Süßwein wie z.B. einer Trockenbeerenauslese.

Tipp: zuerst ein kleines Stück Brot, dann Brot & Käse und dann erst die Kombination mit Wein probieren lassen. Ein Geschmacksfeuerwerk!



6. Detailplanung

Wenn Sie den groben Rahmen abgesteckt haben geht es an die Detailplanung.

Folgende Punkte (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) sollten Sie in Ihrer Planung berücksichtigen:

- Termin der Veranstaltung bzw. Termine, zeitlicher Rahmen, Anzahl der Teilnehmer, Eintrittspreis (s. Kalkulation, Unterlagen für die Gäste...)
- Bestuhlung, Beschallung, Beleuchtung, Toiletten...
- Ausstattung (Hochwertige Gläser für Wein und Wasser, Rückschüttgefäße für Weinreste, Korkenzieher, Ausgießer, Wasser, Servietten, Tischdecken, Tischdeko, Teller, Besteck, Brotmesser, Schneidebrett, Brotkörbe...)
- Behördliche Anforderungen (Brandschutz, Fluchtwege, Ausschanklizenz...), Parkmöglichkeiten? Wollen Sie Ihren Gästen einen Taxiservice anbieten. Die Teilnehmer können dann ggf. auf das Auto verzichten...

Holen Sie sich die Meinung von Außenstehenden ein. Passt die Location für das Veranstaltungsformat? Ist Ihr Konzept realistisch? Ein unvoreingenommener Blick von außen, kann bei der Planung sehr wertvoll sein.

7. Musterkalkulation

Auch wenn von Genussevents nachhaltige positive Effekte ausgehen, empfehlen wir Ihnen, kostendeckend zu arbeiten und den Teilnahmepreis präzise zu kalkulieren.

In die Kostenrechnung gehören:

- alle Waren und Verbrauchsmaterialien für die Verkostung (Brot, Wein etc. z.B. Käse, Trauben o.Ä., Mineralwasser...)
- Raummiete (inkl. Strom, Wasser, Toiletten, Endreinigung)
- Personal für Aufbau, Vorbereitung, Durchführung, Abbau (Stundenlohn zzgl. Lohnnebenkosten, evtl. Nachtarbeitszuschlag)
- Evtl. Honorar für die Referenten

Und sonstige Kosten (Druck der Tickets, Teilnahmezertifikate, Präsente, Kugelschreiber...)

Die Summe aller Kosten zzgl. Mehrwertsteuer dividiert durch die Zahl der Mindestteilnehmerzahl ergibt die kostendeckende Teilnahmegebühr.

Vergessen Sie nicht, Ihre eigene Arbeitszeit mit einzukalkulieren.



8. Ablaufplanung

Planen Sie die Veranstaltung nicht zu straff. Die Gäste sollen einen entspannten und genussreichen Abend haben. Starten Sie mit einem Glas Sekt als Aperitif und lassen lieber ein Brot & Wein-Pairing weg, statt zu übertreiben, zugunsten eines gemütlichen Ablaufs.

Informationen zu den Produkten sind wichtig, werden sie aber nicht zu fachlich oder zu werblich. Erzählen Sie Geschichten zu den Broten und Weinen. Geschichten begeistern!

Klären Sie im Ablaufplan genau, wer welchen Part übernimmt. Wann folgt das nächste Pairing, wann muss der Wein eingeschenkt werden, etc. Nur wenn das allen Beteiligten klar ist, kann die Veranstaltung reibungslos laufen. Ideal ist ein Probelauf mit Freunden.

Brot und Wein wirken als Speise für sich. Damit sollten Sie starten. Hierzu können Sie eine gute Butter, Schmalz oder Quark anbieten. Käse, Wurst oder andere Brotaufstriche können im Verlauf der Veranstaltung ebenfalls eine Bereicherung sein.

Die Reihenfolge der vorgestellten Paare lässt sich nicht pauschal vorgeben, das sollten Sie im Vorfeld selbst herausarbeiten. Als Faustregel gilt: Zuerst trockene Weißweine von leicht bis kräftig, dann Rotweine und zum Abschluss Süßweine.



9. Kommunikation & Verkauf

Nach Konzeption und Planung der Veranstaltung ist der nächste Schritt, das Event zu bewerben und die Tickets zu verkaufen.

Zur Bewerbung stehen Ihnen je nach definierter Zielgruppe viele Wege offen. Durch Flyerauslage in der Bäckerei bzw. im Weingut/Weinhandel weisen Sie Ihre Stammkunden kostengünstig auf die Veranstaltung hin. Ein Mailing an Ihre Kunden und Veröffentlichungen über Ihre Social-Media-Kanäle lassen sich ebenfalls ohne größere Kosten umsetzen. Bei Facebook, Instagram usw. lassen sich zudem gezielte Anzeigen schalten, die nur in der entsprechenden Region und innerhalb der entsprechenden Zielgruppe (Alter, Geschlecht, Interessen...) verbreitet werden.

Sehr zu empfehlen ist eine „Medienpartnerschaft“ mit einer Zeitung, dem Regionalfernsehen oder einem lokalen Radiosender. Der Medienpartner weist im Vorfeld auf Ihre Veranstaltung hin, im Gegenzug geben Sie ein paar Freikarten für deren Leser, Zuschauer oder Hörer – und laden selbstverständlich auch den verantwortlichen Redakteur ein.

Wie bereits dargestellt, ist auch eine rein interne Veranstaltung für Multiplikatoren denkbar.

Ideal für den Verkauf der Tickets eignen sich ein bestehender Online-Shop oder die Fachgeschäfte des Bäckers. Generell empfehlen wir die Produktion von hochwertigen Eintrittskarten. Sie vermitteln dem Käufer bereits die Wertigkeit, die er dann auch bei den präsentierten Produkten erwarten kann.

Sind kurz vor der Veranstaltung noch einzelne Karten übrig, lassen Sie die Plätze nicht frei, sondern laden Sie weitere Multiplikatoren oder Stammkunden ein.

10. Durchführung

Am Veranstaltungstag muss alles reibungslos laufen. Planen Sie daher für Ihren Ablauf einen Puffer für den Beginn ein. Nutzen Sie die Begrüßung um die Protagonisten kurz vorzustellen und den Ablauf zu schildern. Auch einführende Informationen zum Thema sind hilfreich, die Gäste auf den Abend einzustimmen. Berichten Sie über die historischen Gemeinsamkeiten von Brot & Wein, gehen Sie auf die Technik des Verkostens ein.

Am Platz sollte jeder Ihrer Gäste Unterlagen vorfinden, auf denen die Brot & Wein-Pairings aufgelistet sind und auf denen sich Kontaktdaten und idealerweise die Bezugsquellen für die präsentierten Produkte finden soll. Ein Kugelschreiber für Notizen sollte ebenfalls nicht fehlen.



Bereiten Sie Teilnahmezertifikate für alle Gäste vor, die Sie nach der Veranstaltung aushändigen.

Wenn es die Möglichkeit gibt, bieten Sie die Weine und Brote direkt zur Mitnahme nach der Veranstaltung an.

Bitten Sie die Gäste, ein Feedbackformular auszufüllen. Das kann Ihnen wertvolle Hinweise geben, wie Sie Ihren Event optimieren können.

Wenn es in die Kalkulation passt, geben Sie den Teilnehmern ein kleines Präsent mit zum Abschluss (z.B. Kellnermesser, Schneidbrett).

Sie sollten Fotos des Brot & Wein Events machen.

Diese können Sie zur Berichterstattung und zur Bewerbung von Folgeveranstaltungen nutzen. Achten Sie dabei auf datenschutzrechtliche Bestimmungen. Sind Personen auf den Bildern zu erkennen, ist auf alle Fälle vor Veröffentlichung eine entsprechende Genehmigung einzuholen.

11. Nachbereitung

Verfassen Sie einen Bericht über die Veranstaltung für Ihre Internetseite und Ihre Social-Media-Kanäle. Ist eine solche Veranstaltung außergewöhnlich, können Sie evtl. auch die lokalen Medien für eine Berichterstattung gewinnen. Diese sollten Sie am besten schon im Vorfeld einbinden und ggf. einladen.

Nutzen Sie Ihre Kompetenz und bieten Sie Ihren Kunden in der Bäckerei eine Weinauswahl zum Einkauf. Mit entsprechenden Hinweisen auf das „perfekte“ Brot zum Wein können Sie auf diesem Weg noch zusätzlichen Umsatz generieren.

Für Winzer ist dieses Vorgehen etwas problematischer, aber einen Hinweis auf die Produkte des Partner-Bäckers in der eigenen Vinothek weckt evtl. zusätzliches Interesse bei Ihren Kunden.



12. Checkliste für erfolgreiche Events

Folgende Punkte (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) sollten Sie bei Ihrer Planung berücksichtigen:

- Wahl des Partners
- Wer ist verantwortlich für die Durchführung?
- Suche einer geeigneten Location
- Behördliche Anforderungen (Brandschutz, Fluchtwege, Ausschanklizenz, Toiletten...)
- Festlegung der Zielgruppe
- Festlegung von Mindest- und Maximalteilnehmerzahl
- Festlegung des inhaltlichen und zeitlichen Umfangs
- Bestimmung des Termins und der Uhrzeiten
- Kalkulation des Preises
- Marketing: Wie erfährt die Zielgruppe hiervon?
- Zusammenarbeit mit einem Medienpartner?
- Welche Unterlagen bekommen die Gäste?
- Parkmöglichkeiten
- Beschallung für Vortrag und Hintergrundmusik (GEMA!)
- Bestuhlung und Tische
- Auswahl hochwertiger Gläser
- Rückschüttgefäße für Weinreste
- Tischdecken, Tischdeko, Servietten
- Weitere Speisen oder Knabberereien; Bestecke?
- Korkenzieher und Ausgießer
- Mineralwasser
- Brotmesser, Schneidebrett, Brotkörbchen
- Banner mit passenden Bildern und Logo
- Wer hilft im Hintergrund?
- Teilnahmeurkunden
- Kleine Präsente für die Gäste zum Abschluss
- Taxiservice für Gäste

Tipp: Holen Sie sich die Meinung von Außenstehenden ein, die Erfahrungen mit Veranstaltungen haben. Sind Ihre Überlegungen realistisch?

Danksagung

Wir bedanken uns bei der Expertengruppe, die in unterschiedlicher Zusammensetzung in mehreren Workshops zum einen die sensorischen Zuordnungen verschiedener Brotsorten aber auch den praktischen Leitfaden zur Durchführung von Brot & Wein-Events erarbeitet hat. Der Expertengruppe gehörten an:

Manuel Bretsch, Deutsches Weininstitut / Martin Dries, Brot-Sommelier /
 Andreas Fickenscher, Brotsommelier / Stefan Fischer, Sommelier /
 Andreas Kaul, Deutsches Weininstitut / Peter Kapp, Bäckermeister /
 Stefan Keller, Brotsommelier / Christina Krenn, Sommelière /
 Bernd Kütscher, Deutsches Brotinstitut / Volker Mayer, Brot-Sommelier /
 Laura Menges, Sommelière / Jörg Schmid, Brot-Sommelier /
 Axel Schmitt, Brotsommelier / Holger Schüren, Brot-Sommelier /
 Jörg Schweizer, Deutsches Weininstitut / Markus Steinleitner, Brot-Sommelier /
 Bernd Wettlaufer, Brot-Sommelier

Auch gilt unser Dank Brot-Sommelier Steffen Mahl, der das Thema „Brot & Wein Events – Chancen für Bäcker und Winzer“ in seiner Projektarbeit im Rahmen der Ausbildung zum Brot-Sommelier bearbeitet und die Ergebnisse für die vorliegende Broschüre zur Verfügung gestellt hat.

Texte:

Andreas Kaul
 Bernd Kütscher

Bildquellen:

Deutsches Brotinstitut – www.brotinstitut.de
 Deutsches Weininstitut – www.deutscheweine.de



Impressum

Deutsches Brotinstitut
Neustädtische Kirchstraße 7a
10117 Berlin
www.brotinstitut.de

Deutsches Weininstitut
Platz des Weines 2
55294 Bodenheim
www.deutscheweine.de



WINE_{in}MODERATION

WEIN | BEWUSST | GENIESSEN