



Ressort: Kunst, Kultur und Musik

## 20 Jahre Generation Riesling: Neuer Look und neuer Claim

Mainz, 10.06.2026 [ENA]

Am 8. Juni 2026 feierte die Generation Riesling ihr 20 jähriges Jubiläum mit einer Fachbesucher-Veranstaltung im KUZ Kulturzentrum Mainz. Pünktlich zu diesem Meilenstein glänzt die weltweit größte, überregionale Jungwinzer/innen-Vereinigung mit neuem Web-Auftritt. Zu ihrem 20-jährigen Jubiläum gibt es für die GenR einen modernisierten Look mit neuem Logo. „one for all. all for wine.“ heißt der neue Claim.

In dem neuen Auftritt in Anlehnung an den starken Bund der drei Musketiere: "Einer für alle - alle für einen", spiegelt sich der Gemeinschaftsgedanke und der Zusammenhalt wider, der den Mitgliedern so wichtig ist.

"Damit wollen wir die jungen Menschen hinter den Weinen zeigen und ihnen die Möglichkeit geben, etwas von sich zu erzählen. So kommen die Offenheit, Leidenschaft und Innovationskraft besonders zur Geltung", erläuterte Melanie Broyé-Engelkes, Geschäftsführerin des Deutschen Weininstituts (DWI).

Das DWI hat den Auftritt der GenR im Laufe ihres 20-jährigen Bestehens zunehmend professionalisiert.

Während der GenR-Foren sind auch im gemeinsamen Brainstorming mit dem DWI kreative Ideen entstanden, wie man den deutschen Wein modern und jung in Szene setzen kann. So gab es beispielsweise GenR-Weinstände auf Musikfestivals, Online-Talkrunden oder eine Präsentation auf der Fashion Week in Berlin.

20 Jahre Generation Riesling (GenR), das steht für 20 Jahre starken gemeinschaftlichen Zusammenhalt und kreativen Austausch unter jungen Winzerinnen und Winzern, die mit viel Leidenschaft und Experimentierfreude hohe handwerkliche Weinqualitäten ins Glas bringen.

Die GenR wurde am 8. Juni 2006 vom Deutschen Weininstitut (DWI) mit dem Ziel gegründet, der jungen Weinszene (< 35 J.) in Deutschland eine lebendige nationale und internationale Plattform zu bieten. Der Namensgeber war der Riesling, weil er damals das moderne Image deutscher Weine weltweit geprägt hat. Er steht aber stellvertretend für die gesamte heimische Rebsortenvielfalt, die unser Weinland Deutschland prägt. Die Vorüberlegungen stammen aus Erfahrungen mit dem etwas angestaubten Image des deutschen Weins im Ausland, insbesondere in Großbritannien. Der Erfolg wurde auch getragen von dem deutschen Fußball-Sommermärchen 2006.

„Wir sind sehr stolz darauf, wie dynamisch und erfolgreich sich die Generation Riesling-Initiative in den

### Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

### Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

letzten 20 Jahren entwickelt hat. Unsere Mitglieder sind junge Winzer und Winzerinnen und Persönlichkeiten der deutschen Weinwirtschaft bis 35 Jahre. Sie stehen für Qualität, Verantwortung und den Mut, neue Wege zu gehen – im Weinberg, im Keller und auf internationalen Bühnen“, so Melanie Broyé-Engelkes. „Die Generation Riesling hat rückblickend maßgeblich dazu beigetragen, das Image des deutschen Weines im In- und Ausland zu verjüngen und zu modernisieren sowie auch die jüngeren Konsumenten zu erreichen“, ergänzte die DWI-Chefin.

Bereits um 14:00 Uhr, vor der offiziellen Begrüßung startete das Seminar „Generation Riesling – Cheers to 20 Years“. Der Sommelier und Weinexperte Toni Askitis führte durch eine Verkostung von Weinen aktueller und ehemaliger Mitglieder der Generation Riesling. Das Programm wurde am Nachmittag durch zwei moderierte Talks ergänzt. Moderiert wurden beide Gespräche von der Sommelière und Weinexpertin Conny Ganß. Im Fokus standen individuelle Erfolgswege innerhalb der Generation Riesling ebenso wie die Frage, wie es der jungen Generation gelingt, den Spagat zwischen modernem Marketing, klarer Identität und gesellschaftlicher Verantwortung zu meistern. In allen Präsentationen spiegelten sich junge und dynamische Winzerpersönlichkeiten.

[Bericht online lesen:](https://www.en-a.eu/kunst_kultur_und_musik/20_jahre_generation_riesling_neuer_look_und_neuer_claim-93877/)

[https://www.en-a.eu/kunst\\_kultur\\_und\\_musik/20\\_jahre\\_generation\\_riesling\\_neuer\\_look\\_und\\_neuer\\_claim-93877/](https://www.en-a.eu/kunst_kultur_und_musik/20_jahre_generation_riesling_neuer_look_und_neuer_claim-93877/)

Redaktion und Verantwortlichkeit:  
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Karl J. Pfaff

---

**Redaktioneller Programmdienst:  
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.