

Pressemitteilung zur neuen Identität der Luxemburger Weine und Crémants

Die Luxemburger Weine und Crémants werden unter einer neuen, gemeinsamen Identität vermarktet. Die Ausarbeitung einer „Corporate Identity“ für die Moselprodukte steht auf der Prioritätenliste der Strategie-Studie, die im Frühjahr 2017 vorgestellt wurde, ganz oben. Nachdem im Mai Projekte von sieben verschiedenen Werbeagenturen der Arbeitsgruppe „Marketing & Communication“ vorgestellt wurden, haben die Winzer sich sehr schnell für eine Anlehnung an das Nation Branding „LuXembourg - Let's make it happen“ entschieden.

Das Komitee *Inspiring Luxembourg*, welches für die Koordination des Nation Branding Projektes verantwortlich ist, hat diese Initiative begrüßt und freut sich einen weiteren starken Partner an seiner Seite begrüßen zu dürfen. Die Winzer und deren Qualitätsprodukte zählen zum Aushängeschild des Luxemburger *Savoir-Faire* und stellen einen weiteren wichtigen Vektor für die Außendarstellung des Landes dar.

Die Weine und Crémants intuitiv mit seinem Herkunftsland zu verbinden ist eines der größten Ziele der gemeinsamen Identität - demnach war die Entscheidung sich an das Nation Branding Initiative anzulehnen eine logische Schlussfolgerung. Wichtige Bestandteile der Gemeinschaftswerbung unter einer Dachmarke sind, die Sichtbarkeit der Luxemburger Produkte zu verbessern und das Luxemburger Weinanbaugebiet an der Mosel stärker zusammenzuführen, ohne, dass dabei die Identität jedes Winzers verloren geht. Die gemeinsame Identität für Weine und Crémants bezieht sich auf ein Logo, welches sich aus einer stilistischen Traube als auch gleichzeitig einem Wein- und Crémantglas und dem „X“ des „LuXembourg - Let's make it happen“, gefolgt von der Wortmarke „Vins & Crémants de Luxembourg“, zusammensetzt. Die kettenförmige Anreihung von der stilistischen Traube, respektiv dem Weinglas steht für die Zusammengehörigkeit der einzelnen Winzerbetriebe, in der Mitte steht die Herkunft.

Damit die Weine und Crémants aus Luxemburg einfacher erkennbar sind, werden die Produkte, welche unter dem Qualitätssiegel der „AOP Moselle Luxembourgeoise“ gekennzeichnet sind, mit einer Kapsel, welches das Logo aufgreift versehen. Bis 2021 haben die Winzer Zeit Ihre Produkte auf die gemeinschaftliche Identität umzustellen. Ein ähnliches Projekt haben die österreichischen Winzer schon vor einigen Jahren erfolgreich eingeführt.

Der erste gemeinsame Auftritt unter dem neuen Logo wird die traditionelle „Fête des Vins et Crémants“ sein, die dieses Jahr im Rahmen der gastronomischen Tribüne „Expogast“ vom 24.-28. November in der Luxexpo-The Box stattfindet. Eine bessere Gelegenheit, wo gleich 47 Winzer unter der neuen Identität Ihre Weine und Crémants vorstellen, könnte es nicht geben. Neu ist dieses Jahr auch, dass Seminare samstags und sonntags angeboten werden. Die Plätze in diesen Seminaren sind begrenzt – Reservationen sind auf der Facebook-Seite oder über info@vins-cremants.lu möglich.
