



ProWein World: Hintergrund-Feature / November 2018

ProWein World: Der Schlüssel für die internationalen Wein- und Spirituosenmärkte

Ein Streifzug durch fünf Jahre ProWine China & ProWine Asia

Gerade einmal fünf Jahre ist es her, dass die ProWine China in Shanghai ihre erfolgreiche Premiere feierte und so die Basis für das internationale Satelliten-Netzwerk der ProWein, die weltweit wichtigste und größte Fachmesse für Weine und Spirituosen, legte. Rund 4.000 Aussteller aus 40 Ländern haben sich seitdem präsentiert; rund 70.000 Fachbesucher hat die ProWine China in diesem Zeitraum bereits gezählt. Zwei Jahre später erlebte die ProWine Asia in Singapur ihre Premiere und war mit über 7.300 Besuchern und rund 260 Ausstellern so erfolgreich, dass ein Jahr später die ProWine Asia in Hong Kong folgte und mit 310 Ausstellern und über 12.000 Weinprofis ein ebenfalls erfolgreiches Debut absolvierte. Seitdem pendelt die ProWine Asia jährlich im Frühjahr zwischen Singapur und Hong Kong. Beide Messen ergänzen sich bestens: Erschließt die ProWine Asia mit Singapur den südostasiatischen Weinmarkt (zur letzten ProWine Asia 2018 reisten 40 Prozent der Besucher von außerhalb Singapurs an) und mit Hong Kong die umliegenden Märkte, fokussiert sich die ProWine China voll und ganz auf das Festland China.

Ein Blick hinter die Kulissen des Erfolgs-Cuvées

Soweit die Fakten dieser dynamischen Erfolgsgeschichte, die gerade erst am Anfang steht. Doch was ist das besondere Rezept dieses internationalen Cuvées? „Auf den Punkt gebracht: Wir exportieren das Erfolgskonzept der ProWein – oder auch anderer Düsseldorfer Messen – in relevante Absatzmärkte und passen es an die jeweiligen nationalen



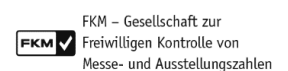
Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Telefon +49 211 4560-01
Telefax +49 211 4560-668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Wolfram N. Diener
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:



Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung



Rahmenbedingungen an“, erläutert Michael Degen, Executive Director Messe Düsseldorf GmbH. „Die ProWein in Düsseldorf konnte sich nur deshalb so erfolgreich entwickeln und etablieren, weil wir von Anfang an konsequent auf das lupenreine Fachmesse-Konzept gesetzt haben und diese Fokussierung nie aus den Augen verloren haben – so groß die Versuchung gerade in den ersten ProWein-Jahren auch gewesen sein mag, die Messe für Endverbraucher zu öffnen.“ Die nüchternen Fakten (74.194 Aussteller, 711.942 Besucher und 843.427 Quadratmeter Netto-Ausstellungsfläche in 25 Jahren ProWein) geben dieser Entscheidung recht.

Wichtiger Baustein: Die ProWein Education Campaign

„Doch so einfach, wie es jetzt vielleicht klingen mag, war es dann doch nicht“, so Marius Berlemann, Global Head Wine & Spirits und Director der ProWein. Und der 32-Jährige, der während des Studiums ein Auslandssemester in Qingdao verbracht hat sowie für die Messe Düsseldorf ein Jahr in Singapur tätig war, weiß, wovon er spricht: Schließlich hat er zusammen mit seinen Kollegen der Messe Düsseldorf Shanghai und lokalen Partnern die ProWine China als jährliche Messe vor Ort aufgebaut. „Am Anfang haben wir – und hier meine ich vor allem Josh Gu (Deputy Project Director) – in erster Linie zugehört, um die Regeln des chinesischen Weinabsatzmarktes besser zu verstehen. Denn: Einfach die Gesetzmäßigkeiten des deutschen bzw. westlichen Marktes auf China überstülpen – das kann nicht funktionieren“. Also sind er und Josh Gu durch das Land gereist und haben mit Importeuren, Weinschulen, offiziellen Weinverbänden und Fachmedien gesprochen, sich miteinander ausgetauscht und entsprechende Messe-Tools wie die ProWein Education Campaign entwickelt.



Auch, wenn gerade einmal fünf Jahre zwischen der ersten und der aktuellen ProWine China liegen – der Absatzmarkt hat sich in dieser Zeit entscheidend geändert. Eine wichtige Weiche hat dabei sicherlich die



„Anti-Korruptionskampagne“ der chinesischen Regierung 2012 gestellt, in deren Folge sich der Weinkonsum in China grundlegend geändert hat – mit allen Auswirkungen, positiv wie negativ. Vor allem hat sich der Import internationaler Weine dynamisch entwickelt; wobei nach wie vor einheimischer Wein die wichtigste Rolle spielt. Eines gilt heute wie in den Anfangsjahren der ProWine China: Der regelrechte Durst nach Weinwissen und Weinkultur ist unendlich groß. Nicht von ungefähr nimmt das fachliche Rahmenprogramm mit Tastings, Masterclasses und Seminaren auf der ProWine China ebenso wie auf der ProWine Asia einen großen Raum ein. Auch WSET (Wine & Spirit Education Trust), der seit der 2. ProWine China mit seinem Know-how-Programm dabei ist, bietet auf der aktuellen ProWine China an allen drei Messtagen wieder eine Serie von Masterclasses an. Das Industrieforum steht unter Leitung von Professor Li Demei, Önologie-Professor an der Agraruniversität in Peking und die Wein-Koriphäe in China. Tastings der Champagner Lounge, der Decanter Asia Wine Awards und zu den Themen Biowein und Craft Beer runden das Angebot ab.



„Unsere ProWein Education Campaign spielt sicherlich eine Schlüsselrolle bei der erfolgreichen Entwicklung und Etablierung der internationalen Marke ProWein World – ob nun in China, Hongkong oder Singapur“, erklärt Berlemann. „Über das Know-how-Angebot können wir zum einen ausloten, welche Themen und Projekte auf dem jeweiligen Markt Akzeptanz finden. Zum anderen können wir durch entsprechende Veranstaltungen aber natürlich auch Interesse auf der Abnehmerseite wecken und dadurch mehr Besucher für unsere Messen gewinnen.“

Genau diesen Effekt macht sich das Team von Messe Düsseldorf Shanghai (MDS) mit den nationalen Roadshows zunutze – mit dem Ziel, die Besucherzahlen aus dem Festland China noch weiter zu steigern. In 26 Städten – unter anderem in Beijing, Ningbo Shenzhen, Tianjin und Qingdao und – hat MDS zur ProWine China 2018 zusammen mit



Partnern rund 30 Masterclasses und Tastings organisiert. Das Themenspektrum ist so reichhaltig wie die ProWine China selber: Weine aus Australien, Brasilien, Chile, Frankreich oder Kalifornien stehen ebenso auf der Agenda wie „Natural Wines“ oder ein Marketing-Seminar. Dieses Konzept zahlt sich aus: Über 50 Prozent der Besucher kamen zur letzten ProWine China von außerhalb Shanghais.

Partner, Pairing & Prominenz

Ein weiterer wichtiger Baustein für den Erfolg der drei internationalen Messen ist die Kooperation mit Partnern vor Ort in Kombination mit dem Pairing von Food- und Weinmesse. Was das konkret heißt? Ähnlich wie die ProWine China terminlich und räumlich an Chinas wichtige Foodmesse FHC gekoppelt ist, laufen auch die beiden Ausgaben der ProWine Asia parallel zu einer führenden Foodmesse in der Region. Das ist in Hong Kong die HOFEX, in Singapur die FHA Food & Beverage. In beiden Fällen ist der Partner UBM, einer der größten Messeveranstalter weltweit mit seinen lokalen Niederlassungen vor Ort. Die Synergieeffekte dieses Pairings der besonderen Art sprechen für sich: Identische Besucherzielgruppen gepaart mit Themen- und Produkterweiterung.

Nicht zu kurz kommt auf der ProWine China auch der Prominenz-Faktor: Yao Ming, der Basketball-Superstar besuchte die ProWine China 2016 und hat direkt an einer Masterclass der Yao Family Wine teilgenommen. Sven-Göran Eriksson, der Fußball-Trainer des FC Shenzhen, kam – und auch der brasilianische Fußballstar, Givanildo Vieira de Souza (besser bekannt unter dem Namen Hulk), ließ sich im vergangenen Jahr auf der ProWine China sehen. In diesem Jahr ist die Ausstellerliste von einem besonderen Promi-Faktor geprägt: Das französische Weingut der Hollywoodschauspieler Brad Pitt und Angelina Jolie, Château Miraval, zeigt Flagge auf dem chinesischen Markt.





Eine Fülle an Inspirationen vom südostasiatischen Weinmarkt vermittelte die diesjährige ProWine Asia. Auf der jüngsten Auflage in Singapur haben die aufstrebenden Weingüter Grover Zampa aus Indien und das preisgekrönte Weingut Siam Winery aus Thailand die internationale Bühne betreten. Mit Eddie McDougall hat ein bekannter Weinkritiker und die TV-Persönlichkeit hinter der Serie „The Flying Winemaker“ die ProWine Asia bereichert, und die lokalen TV-Stars Allan Wu und Daniel Ong haben das Thema Craft Bier promotet. Die ProWine Asia in Singapur war auch die passende Plattform für den 30. Nationalen Cocktail-Wettbewerb, der in Kooperation mit dem lokalen Verband für Bartender und Sommeliers (ABSS) ausgetragen wurde.

ProWein Düsseldorf & ProWein World

Nun könnte man vielleicht davon ausgehen, dass der Erfolg der ProWein World eine Einbahnstraße in Richtung Asien ist. Weit gefehlt! Die internationalen Ableger in Asien stärken wiederum den Standort Düsseldorf. „Wir erreichen mit unseren Satellitenveranstaltungen neue Besucherzielgruppen, die durch ihre ProWine in Shanghai oder Singapur überhaupt erst auf die große Bandbreite des Wein- und Spirituosenpektrums gestoßen werden“, so Marius Berlemann. „Das wiederum führt dazu, dass sie auch die Weltleitmesse ProWein in Düsseldorf für sich entdecken, und wir sie hier ebenfalls als Fachbesucher begrüßen können.“ Und so ist die Erfolgsgeschichte der ProWein World noch längst nicht zu Ende geschrieben: Aktuell steht ein weiterer Absatzmarkt im Visier: Der indische Subkontinent. Zwar steckt Indien mit seinen 1,3 Milliarden Einwohnern noch in den Kinderschuhen, was den Weinkonsum betrifft. Perspektivisch gesehen, ist aber davon auszugehen, dass hier ein sehr interessanter Absatzmarkt entsteht. Konsequenterweise hat die ProWein mit der Education Campaign auf der 1. Food & Hotel India (FHI) Anfang September erstmals erfolgreich Flagge in Indien gezeigt.





Positives auch aus China: So vielversprechend die ProWine China vor fünf Jahren gestartet ist – so überaus gut aufgestellt ist sie in ihrem Jubiläumsjahr: Mit rund 800 Wein- und Spirituosenanbietern aus 31 Nationen und Anbaugebieten sowie rund 18.000 Fachbesuchern wird die 6. ProWine China einen weiteren Meilenstein setzen. Die offiziellen Länderbeteiligungen aus Australien, Deutschland, Italien und Spanien haben ihre Beteiligung noch einmal weiter vergrößert, und Weine aus Aserbeidschan, Kanada und dem spanischen Anbaugebiet Rioja feiern Premiere auf der ProWine China. Die ProWein World dreht sich weiter – und das seit fünf Jahren überaus dynamisch und erfolgreich.

Weitere Informationen unter:

www.prowein-world.com; www.prowinechina.com;
www.singapore.prowineasia.com; www.hongkong.prowineasia.com



Press Contact ProWein:

Messe Düsseldorf GmbH
 Christiane Schorn, Monika Kissing, Brigitte Küppers (Assistenz)
 Tel: +49 211 4560 991 / -543 / -929
SchornC@messe-duesseldorf.de; KissingM@messe-duesseldorf.de;
KueppersB@messe-duesseldorf.de

Press Contact ProWine China:	Press Contact ProWine Asia (Hong Kong & Singapur):
Messe Düsseldorf (Shanghai) Co.,Ltd. Aki Cao Tel: +86 21 6169 8350 Email: aki.cao@mdc.com.cn	Messe Düsseldorf Asia Alvin Sim Tel: +65 6332 9621 Email: alvin@mda.com.sg