

#39 APRIL '18

BARK TO BOTTLE

EXCELLENCE IS IN OUR NATURE



AMORIM

- 6 Der perfekte „Plopp“
- 10 Sommelier des launceston place gewinnt den preis verkoster des Jahres Von Amorim
- 12 Das Korkbuch
- 11 Botschaft auf einem Korken

**HANDELSNACHFRAGE
IN GROSSBRITANNIEN
FÜR KORKEN WÄCHST
UM 48 %**

Handelsnachfrage in Großbritannien für Weine, die mit Korken verschlossen sind, wächst um 48 %

DER MARKT IN GROSSBRITANNIEN WEIST EINIGE DER HÖCHSTEN PREISAUFSCHLÄGE DER WELT FÜR WEINE MIT KORKVERSCHLÜSSEN IM VERGLEICH ZU KÜNSTLICHEN VERSCHLÜSSEN AUF

Aktuelle Daten zeigen einen deutlichen Anstieg bei der Nachfrage von Weinen mit Korkverschlüssen in Großbritannien, besonders im Gastronomiemarkt (Bars, Restaurants etc.) und auf einem schwächeren Niveau auch im Groß- und Einzelhandelsmarkt (Supermärkte, unabhängiger Einzelhandel etc.)

Schraubverschlüsse herrschen auf dem Weinmarkt in Großbritannien vor, besonders im Einzelhandelssektor, aber neueste Daten zeigen, dass Verbraucher in Großbritannien, insbesondere Millennials, eine stärkere Neigung aufweisen, Weine mit Korkverschlüssen zu kaufen - geleitet durch Innovation im Korkgewerbe, Nachhaltigkeitsfaktoren und Premiumisierung.

Berichte in englischsprachigen Veröffentlichungen in führenden Massen- und Fachmedien - einschließlich Forbes, Telegraph, BBC, Harpers und Decanter - haben das „Kork-Comeback“ hervorgehoben.

Kork ist weiterhin die bevorzugte Verschlusslösung für edle Weine - zum Beispiel waren 69 % aller Medaillengewinner bei den „2017 Decanter World Wine Awards“ mit einem Korken verschlossen.

Ein Bericht aus dem Jahr 2017 von CGA Research - der die Verkaufszahlen für die besten 50 Stillweinmarken nach Volumen im Handel Großbritanniens untersuchte - legte dar, dass mit Korken verschlossene Weine in Volumen um 48 % seit 2015 gestiegen sind,

im Vergleich zu einem Anstieg von 10 % für Weine mit Schraubverschlüssen.

CGA Research zeigte auch, dass Weine mit Korkverschlüssen von einem deutlichen Premiumisierungstrend profitieren und zu einem signifikanten Preisaufschlag auf Weine mit Schraubverschlüssen führen - der durchschnittliche Preisunterschied pro Flasche ist um 25 % in 2 Jahren drastisch gestiegen - von +4,28 GBP in April 2015 auf +5,38 GBP in April 2017 (+1,10 GBP).

Einzelhandelspreise von Weinen mit Korkverschlüssen sind zweimal so stark gestiegen wie von Weinen mit Schraubverschlüssen: +11 % im Vergleich zu +6 %.

Eine von Nielsen durchgeführte Studie über die 1 500 Top-Weinmarken in Großbritannien hat diese Ergebnisse bestätigt. Sie zeigte, dass die Verkaufspreise für Weine mit Korkverschlüssen um 6,1 % Jahr für Jahr steigen und der durchschnittliche Verkaufspreis um 1,52 GBP pro Flasche höher ist als bei Weinen mit künstlichen Verschlüssen.

Es wird geschätzt, dass weltweit ungefähr 70 % aller Weine mit Korken verschlossen werden und es wurde ein deutlicher Aufschwung von Korken in anderen Märkten verzeichnet, wie beispielsweise in den USA, wo der Anteil von Weinen mit Korkverschlüssen von rund 51,7 % in 2009 auf 60,2 % in 2017 (Nielsen) gestiegen ist.



Die strategische Bedeutung von Großbritannien

Im Kontext des globalen Aufschwungs von Korken spielt der Markt in Großbritannien eine zentrale Bedeutung, wie der Vorsitzende von Amorim, António Rios de Amorim, erläuterte - „Wir haben nur einen Markt, den wir zurückerobern müssen und das ist der in Großbritannien, denn dann können wir auch wieder nach Südafrika und Chile zurückkehren. Die beiden letztgenannten Märkte verwenden Schraubverschlüsse, da sie dies von Großbritannien gesagt bekommen - Großbritannien ist ein entscheidender Markt.“

Der Weinmarkt von Großbritannien ist wegen seiner Größe, seines großen Angebots an Weinen aus der ganzen Welt und der Offenheit gegenüber neuen Ideen und Konzepten bezüglich Weinen und Packaging-Lösungen strategisch wichtig.

„Wir werden eine stärkere Präsenz auf dem Markt Großbritanniens aufbauen und Ressourcen zuteilen, um direkt mit den Importeuren und Einzelhändlern zu arbeiten“ fügt Carlos de Jesus, Marketingleiter von Amorim, hinzu.

Innovation

In den frühen 2000er-Jahren begannen Supermärkte in Großbritannien, Weinen mit Schraubverschlüssen Vorrang einzuräumen, in erster Linie wegen Bedenken bezüglich Kosten, zusammen mit den Risiken, dass der Wein verderben kann.

Aber es gibt jetzt eine neue Wahrnehmung von Korken, aufgrund von signifikanten Verbesserungen bei den Methoden der Qualitätskontrolle und der Erfindung neuer Screeningtechnologien, wie die bahnbrechende NDtech-Lösung, die weltweit den ersten Naturkorken mit garantiert nicht nachweisbarem TCA-Gehalt bietet.*

Pläne, innovative Packaging-Lösungen in Großbritannien einzuführen, wie der revolutionäre Helix-Drehkorkverschluss von Amorim, werden ein größeres Bewusstsein der neuen Positionierung von Kork im Weinmarkt Großbritanniens erzeugen.

Premiumisierung

Millennials, die für einen signifikanten Anteil des Weinverbrauchs verantwortlich sind - geschätzt rund 40% - werden eine Schlüsselrolle bei der Bestimmung der relativen Nachfragetrends für Weine mit Korkverschlüssen und Schraubverschlüssen spielen.

Es ist genau dieses Verbrauchersegment, das sich wahrscheinlich für Premium-Weine entscheidet, da Korken in diesem Segment als ein Qualitätszeichen angesehen werden.

Einzelhändler bieten jetzt eine „Preisleiter“ an, die Verbraucher ermöglichen, auf edlere Weine umzusteigen - die normalerweise mit Korken verschlossen sind.

Eine Marktstudie hat gezeigt, dass aufgrund dieses Premiumisierungstrends die Einzelhändler in Großbritannien begonnen haben, ihr Angebot an Weinen mit Korkverschlüssen zu erhöhen, mit Millennials als eine ihrer vorrangigen Zielgruppe.

Ein kürzlich erschienener BBC-Artikel zitierte Ivo Jeramaz, Vizepräsident von Grgich für Weinbau und Weinproduktion: „Erstklassige teure Weine brauchen Naturkorken, genauso, wie Sie sie nicht aus einem Pappbecher trinken würden“.

Die wissenschaftliche Forschung über die Qualitätsvorteile von Korken hat auch dazu beigetragen, die „Herzen und Köpfe“ der Millennials zu gewinnen.

Im Juli 2017 führte Charles Spence von der Oxford-Universität „Das große Korkenexperiment - Neuroönologisches Verkosten“ in Soho, London, aus, an dem in erster Linie Millennials-Trinker teilnahmen und unwiderruflich darlegten, dass Weinkorken eine Schlüsselrolle bei der sinnlichen Erfahrung des Weintrinkens spielen. (siehe BtB 38)

Am Ende des Jahres 2017 wurden die sinnlichen Vorteile des Korks durch die Mathematikerin Dr. Eugenia Cheng, Ehrenprofessorin der Mathematik- und Statistikabteilung der Sheffield-Universität, weiter hervorgehoben, die die Formel zur Berechnung des „perfekten Plopp“ entdeckte (siehe Artikel in dieser Ausgabe).





Nachhaltigkeit

Die perfekten Nachhaltigkeitsaspekte des Korkens und der geringe CO₂-Fußabdruck ziehen auch Weinverbraucher aus Großbritannien an, einschließlich Millennials, und deshalb haben Supermarktketten Maßnahmen umgesetzt, wie die Unterstützung von Weinen, die mit FSC-zertifizierten Korken verschlossen sind.

Die Assoziation zwischen Weinkorken und der „grünen“ Wirtschaft hat auch Großbritannien erreicht, nicht nur bezüglich des Verständnisses der nachhaltigen Art der Korkernte, sondern auch aufgrund von Initiativen, Weinkorken zu recyceln.

Schlussfolgerung

Letztendlich wird es die Verbrauchernachfrage sein, die bestimmen wird, ob das Kork-Comeback in Großbritannien weiter an Fahrt gewinnt - mit einer Schlüsselrolle der Millennials.

Die kombinierten Kräfte von Innovation, Premiumisierung und Nachhaltigkeit gewährleisten wahrscheinlich, dass sich das weltweite „Kork-Comeback“ auch auf dem zentralen Weinmarkt in Großbritannien weiter durchsetzt.

„Wenn Sie 12, 15 Jahre zurückgehen, war die Prognose für Korken alles andere als optimistisch. Wo wir heute stehen, ist ein völlig anderes Gebiet, von dem, was die meisten Leute damals für möglich gehalten haben“, schließt Carlos de Jesus ab.

*löslicher TCA-Gehalt kleiner oder unter der quantitativen Nachweisgrenze von 0,5 ng/l; Analyse gemäß ISO 20752 durchgeführt.

.....

DIE KOMBINATION
AUS INNOVATION,
PREMIUMISIERUNG
UND
NACHHALTIGKEIT
GEWÄHRLEISTET
WAHRSCHEINLICH,
DASS SICH DAS
WELTWEITE
„KORK-COMEBACK“
AUCH AUF DEM
ZENTRALEN
WEINMARKT
GROSSBRITANNIENS
WEITER
DURCHSETZT.



Der perfekte „Plopp“

UM DEN „PERFEKTEN PLOPP“ ZU ERHALTEN, MUSS DER SEKTVERSCHLUSS MIT MINIMALEN DRUCK ENTFERNT WERDEN UND DIE FLASCHE MUSS AUF 6,7 °C GEKÜHLT SEIN

Im Rahmen des Grand Cork Experiment (Großen Korkenexperiments) der Oxford-Universität im Jahr 2017 - das zeigte, dass das Geräusch beim Herausziehen eines Weinkorkens eine wichtige Rolle beim sinnlichen Erlebnis des Weintrinkens spielt (siehe BtB38) - entschied sich die britische Mathematikerin, Dr. Eugenia Cheng, Ehrenprofessorin der Mathematik- und Statistikabteilung der Sheffield-Universität, ein Experiment durchzuführen, um die genaue Frequenz zu bestimmen, bei der das Geräusch der Entfernung eines Sektkorkens das ansprechendste für das menschliche Ohr ist.

Sie fand heraus, dass, um den perfekten Plopp zu erreichen, die Flasche in einem Eiskübel gekühlt werden muss, bis sie 6,7 Grad Celsius erreicht, und nur ein minimaler Handdruck beim Öffnen ausgeübt werden sollte.

Mithilfe einer computergestützten spektralen Analyse analysierte die

Mathematikerin das Geräusch, das durch das Poppen eines Sektkorkens erzeugt wird und fand heraus, dass der wünschenswerteste Ton bei einem konstanten Pegel zwischen 8 000 Hz und 12 000 Hz liegt, der als „Brillanz“-Tonlage von Toningenieurern bezeichnet wird.

Dies ermöglichte ihr, die Formel zu bestimmen, für das, was man vielleicht als die perfekte „Plopp-Musik“ bezeichnen könnte:

$$\text{Ton} = 7 + \frac{T}{40} - \frac{P}{3}$$

Wobei Ton die Frequenz, T= Zeit und P= Druck ist.

Dr. Cheng erläutert: „Das Plopp-Geräusch eines Korkens ist zweifellos mit Feiern verbunden, aber es ist strittig, ob ein Plopp laut und übersprudelnd oder leise und

zurückhaltend sein sollte, und ich war gespannt, zu sehen, was Mathematik uns darüber erzählen kann.“

Das Geheimnis liegt im Kühlen der Flasche und dann darf nur ein minimaler Druck ausgeübt werden, um den Korken mit einem angenehmen Ton zu entfernen, anstatt mit einem lauten, dröhnenden Plopp.

João Rui Ferreira, Vorsitzender des portugiesischen Korkverbands, der die Studie beauftragte, zog folgenden Schluss: „Der Plopp eines Naturkorkens ist ein spezielles, einzigartiges Geräusch und eines, das zelebriert werden sollte. Die Studie von Dr. Cheng ist faszinierend und wir hoffen, dass die Personen genießen, den perfekten Plopp in dieser festlichen Saison zu erzeugen.“





Sensorische Verbraucherintelligenz offenbart, warum Weinverbraucher Korken bevorzugen

AKTUELLE DATEN BESTÄTIGEN, DASS VERBRAUCHER
KORKVERSCHLÜSSE ALS DEN VORRANGIGEN
INDIKATOR EINES QUALITÄTSWEINS ANSEHEN

Eine aktuelle Studie von Rebecca Bleibaum, Professorin an der UC Davis und Vorsitzende von Dragonfly SCL, Inc. - eine Gesellschaft für die Erforschung von Sensorik- und Konsumentenerkenntnisse im Bereich der San Francisco Bay - zeigt, dass die US-Verbraucher besonders auf den Verschluss an einer Flasche Wein achten, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen.

Für Rotweine, obwohl der Preis der wichtigste Faktor für 38 % der Verbraucher ist, kommt der Verschlusstyp an zweiter Stelle (31 %), erheblich wichtiger als das Herkunftsland (24 %) oder die Rebsorte (7 %).

Mit anderen Worten sehen die Verbraucher die Verwendung eines Korkverschlusses als den Hauptindikator eines Qualitätsrotweins an.

Für Weine mit Preisen über 16 USD ist der Verschlusstyp bei der Wahl eines Rotweins noch wichtiger als der Preis oder das Herkunftsland.

Verbraucher zeigten eine besonders starke Präferenz für Korken auf Dinner-Parties, bei besonderen Gelegenheiten und Geschenken.

92 % der Befragten gaben an, dass ein Naturkorken einen Wein mit hoher Qualität anzeigt, wogegen 80 % der Befragten der Meinung waren, dass ein Schraubverschluss einen Wein mit niedriger bis mäßiger Qualität anzeigt.

59 % der Verbraucher gaben an, dass sie Naturkorken bevorzugen, 8 % synthetische Verschlüsse, 6 % Schraubverschlüsse und 26 % gaben zu, keine Präferenz zu haben.



DIE EINZIGARTIGE ZUSAMMENSETZUNG DES KORKS
- MIT 800 MILLIONEN ZELLEN IN EINEM EINZELNEN
NATURKORKEN - BIETET UNSCHLAGBARE
ERGEBNISSE BEZÜGLICH DER TECHNISCHEN
LEISTUNG UND DER NACHHALTIGKEIT

Für Weißweine ist der Preis noch ein wichtigerer Faktor als bei Rotweinen, aber das allgemeine Muster der Ergebnisse ist gleich, mit einer noch größeren Präferenz (63 %) für Naturkorken.

Die letzte Schlussfolgerung der Studie ist ziemlich einfach: „Naturkorken zeigen einen Wein mit hoher Qualität an und eine viel höhere Qualität als Schraubverschlüsse“.



SOMMELIER DES LAUNCESTON PLACE GEWINNT DEN PREIS VERKOSTER DES JAHRES VON AMORIM

Piotr Pietras, 29 Jahre alt, Chefsommelier im Launceston Place in London, hat die dritte Ausgabe des Preises „Verkoster des Jahres von Amorim“ - eingeführt in 2015 im Kontext einer einmaligen Sponsoring-Vereinbarung zwischen Corticeira Amorim und dem „Court of Master Sommeliers“ - gewonnen.

Er hat die höchste Punktzahl bei der Verkostungsprüfung der strengen Master-Sommelier-Prüfungen, durchgeführt im „Court of Master Sommeliers“, erreicht und wurde einer von nur fünf neuen Sommeliers, die auf den Status „MS“ erhoben wurden.

Er sagte, dass es eine große Ehre für ihn war, mit der Amorim-Trophäe ausgezeichnet worden zu sein: „Für mich war Wein immer eine große Leidenschaft und ich habe niemals aufgehört, zu lernen - nicht nur verschiedene Weine zu kosten und zu erkennen, sondern auch über sie mit meinen Gästen zu sprechen und meine Begeisterung auf sie zu übertragen. Es wird großartig sein, die Möglichkeit zu haben, die Korkwälder in Portugal zu besuchen und die Herstellung dieser hochqualitativen Verschlüsse, die ich jeden Tag aus den Flaschen herausziehe, zu sehen.“

Piotr hat seine Karriere im Sheraton Poznan Hotel und City Park Hotel in Polen begonnen, bevor er vor vier Jahren nach London gezogen ist - dort arbeitete er anfänglich für Richard Corrigan im Mayfair und dann im Restaurant Maze von Gordon Ramsay.



Er trat dem Launceston Place in 2015 bei und erzielte im gleichen Jahr den zweiten Platz beim Wettbewerb „Bester Sommelier Europas“ und gewann auch den Titel „Jung-Sommelier Großbritanniens des Jahres“.

Gegründet in 1977, ist der „Court of Master Sommeliers“ die oberste Prüfungsstelle für Sommeliers weltweit und führt regelmäßig Prüfungen für Studierende auf der ganzen Welt durch, wobei weltweit weniger als 250 Sommeliers den Status „MS“ haben.

GROSSE WEINKORKEN- RECYKLING-KAMPAGNEN IN FRANKREICH UND ITALIEN

Die perfekten ökologischen Eigenschaften des Korks basieren nicht nur auf die innewohnende Nachhaltigkeit der Korkherstellung und die Bedeutung der Korkwälder als wichtige Naturschutzgebiete, sondern auch auf das weltweite Interesse am Recyceln von Weinkorken, sowohl auf individueller Ebene als auch über groß angelegte öffentliche Initiativen.

Die 14. Ausgabe von Vinisud, veranstaltet in Montpellier vom 18. bis zum 20. Februar, widmete sich dem Thema der nachhaltigen Entwicklung.

Während der Handelsmesse richteten die „Professionnels du Liège“ (www.planeteliège.com) eine "Liège Box" (Korkenbox) ein, die für die Aussteller bereitgestellt wurde. Fast 550 kg Korken wurden gesammelt, zur Unterstützung für „France Cancer“, die die Einnahmen aus dem Verkauf der zu recycelnden Korken erhalten werden.

Frankreich ist heutzutage einer der führenden Beitragenden zum Recycling von Korken und fast 1 000 Tonnen Weinkorken wurden seit der Einführung des Programms in 2010 gesammelt und recycelt.

Die „Professionnels du Liège“ koordinieren auch die Kampagne „Exigence Liège“ (Korkanforderung), die die verantwortliche Nutzung von Kork betont und die Tatsache hervorhebt, dass dieser 100% natürliche und 100% recycelbarer Rohstoff der beliebteste Weinverschluss für französische Verbraucher ist.

In Italien unterstützte das nationale Rugbyteam das Projekt ETICO (Ethik) von Amorim Cork Italia für das Recycling von Korkverschlüssen.

90 Jugend-Rugbyteams waren an dieser Initiative beteiligt, deren Mittel an eine Einrichtung gespendet wurden, die Kinder unterstützt, die an psychologischen Problemen leiden.

Der italienische Rugbyverband ermutigte einige seiner Spieler, dieses ethische Programm in ihren sozialen Netzwerken zu fördern.

Als Preis haben am 25. November, vor dem Rugbyspiel zwischen Italien und Südafrika, die Jugendteams, die die meisten Korken gesammelt haben, 150 Eintrittskarten von der Bank Agricole bank – einer der Projektpartner – erhalten.

In einer separaten Initiative in Italien, wurden Informationssitzungen für ungefähr 250 Studenten in vier Universitäten (Pisa, Mailand, Padua und Turin) abgehalten, um der nächsten Generation von Weinproduzenten die Vorteile der Nutzung von Korken näher zu bringen. Weitere Sitzungen sind für die Universitäten von Udine und Bologna geplant.



DAS KORK BUCH

DAS AUFWENDIG
ILLUSTRIERTE 380 SEITEN
STARKE BUCH WURDE ZU
HUNDERTEN KUNDEN
VERSCHICKT UND AUF
DER GANZEN WELT MIT
VIEL ZUSPRUCH
EMPFANGEN

Die letzte Veröffentlichung von Amorim, „Das Korkbuch“, bietet eine umfassende Vision des heutigen Korkgewerbes - vom Poppen eines Champagnerkorkens bis zum Reisen ins Weltall.

Mit einem innovativen Konzept und gewagten Design, ist das Buch in folgende drei Kapitel aufgeteilt: Bilanz, Einzigartigkeit und Innovation.

Kapitel eins beschreibt das wichtige Ökosystem der Korkeichenwälder und die Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft des Korkgewerbes.

Kapitel zwei - Einzigartigkeit - erläutert, warum Kork und Wein solch natürliche Verbündete sind. Die Hauptrolle, die die Amorim Gruppe, als größter Korkproduzent der Welt, übernimmt, wird detailliert beschrieben, zusammen mit dem Herstellungsprozess von Korkverschlüssen und wie der Korken der ausgewählte Verschluss für die Weinkellereien aus der ganzen Welt wurde - wegen seiner überlegenen Verschlussqualitäten.

Das letzte Kapitel - Innovation - legt dar, wie Kork in einem immer größeren Sortiment von erlesenen Hi-tech- und Designerlösungen verwendet wird.

Die Amorim Gruppe steht an der vordersten Front der Innovation im Bereich des Korks und das Buch beschreibt die rasenden Entwicklungen im Weinkorkengeschäft, wie Helix und NDtech - sowie die Innovationen auf anderen Gebieten mit Produkten wie Hydrocork, Acousticork und AirFibr Naturrasen, und Anwendungen in den Bau-, Transport-, Automobil- und Raumfahrtindustrien.

Das Buch beschreibt auch Anwendungen von Kork in erstaunlichen Kontexten, beispielsweise in der Kathedrale Sagrada Família von Gaudi, in Barcelona, im V&A-Museum, Tate Modern und Serpentine Gallery Pavilion in London, im CCB und Kreuzschiffahrt-Terminal von Lissabon, auf der Expo Shanghai 2010 und in vier UEFA Euro 2016 Stadien in Frankreich.

In die Zukunft schauend, hebt das Buch das kontinuierliche Engagement von Amorim in der Forschung und Entwicklung über Initiativen hervor, wie Amorim Cork Ventures, und in Projekten, um die weitere Nachhaltigkeit der Korkeichenwälder zu fördern, wie das Waldinterventionsprojekt.







© bremensweinandliquor.com

BOTSCHAFT AUF EINEM KORKEN

Wir sind alle mit dem Begriff „Flaschenpost“ vertraut, aber die innovative australische Weinkellerei Treasury Wine Estates hat ein neues, gewagtes Packaging-Design für seinen Wein „19 Crimes“ eingeführt, das eine erweiterte Reality-App für die Flaschenetiketten und eine Botschaft auf jedem Weinkorken, auf dem jeweils eine Straftat geschrieben steht, einschließt.

Die australischen Weinerzeuger gehören zu denjenigen, die weltweit am meisten Schraubverschlüsse benutzen, aber „19 Crimes“ zeigt, wie Naturkorken einen wesentlichen Unterschied ausmachen können - bezüglich Maximierung der Weinqualität sowie als ein Kernelement des Packaging-Designs.

In 2017 wurde der Wein als „Weinmarke des Jahres“ von der führenden US-Weingewerbemarke Market Watch bezeichnet und hat umfangreiche Presseberichte erhalten.

Im 18. Jahrhundert gab es 19 Straftaten, die Straftäter in Kolonisten verwandelten, da britische Sträflinge nach Australien geschickt wurden, anstatt gehängt zu werden.

Die 19 Straftaten, die „den Geist eines neuen Landes schmiedeten“, schließen Bigamie, Diebstahl eines Leichentuchs aus einem Grab und, vielleicht ein wenig überraschend, „sich als Ägypter ausgeben“.

Aber um herauszufinden, welche Straftat mit jeder Flasche verbunden ist, muss der Korken



herausgezogen werden.

Es kann nicht überraschen, dass die Label der Weinkorken bereits beliebte Sammelobjekte geworden sind und der seltene 19. Korken gibt die Straftat an: „Stehlen von Schiffsprodukten in gewissen Fällen“, der eine beachtliche Summe kosten kann.

„19 Crimes“ haben eine umfangreiche Social Media-Strategie in 2017 gestartet und mithilfe dieses innovativen Packaging-Konzepts und dieser Kampagne erfuhr die Marke, die vorher unbekannt war, einen großen Bekanntheitsgrad in den sozialen Medien und hat über eine Million Kisten in 2017 versandt.

Aufgrund des Erfolgs dieser „19 Crimes“-App wurde die App erweitert und erhielt den neuen Namen „Living Wine Labels“-App, die jetzt auch andere Marken einschließt, wie z. B. The Walking Dead, Beringer Bros., Gentleman's Collection und Chateau St. Jean.

SOZIALE MEDIEN REGEN INNOVATIVE WEGE AN, UM WEINKORKEN WIEDER ZU NUTZEN

Menschen lieben Weinkorken aus den unterschiedlichsten Gründen - besonders, da sie gute Zeiten mit Freunden wieder in Erinnerung rufen.

Weinkorken werden häufig für handwerkliche Anwendungen verwendet und diese Recycling-Ideen passen perfekt zu den einzigartigen Nachhaltigkeitsaspekten des Korks.

Kork ist ein vielseitiges Material und kann leicht geschnitten und geformt werden.

Alle diese Eigenschaften haben die Vorstellungskraft von Handwerksliebhabern angeregt und die sozialen Medien regen jetzt eine neue Welle von innovativen Ideen an.

Einige Videos darüber, wie Weinkorken wiedergenutzt werden können, haben sich wie ein Virus verbreitet - manche wurden über 150 Millionen Mal angeschaut!

Zum Beispiel wurde das Video von „5-minute crafts“: „7 clevere Nutzungen für Weinkorken“ über 168 Millionen Mal auf Facebook angeschaut.

Innovative Handwerksideen schließen die Nutzung von Korken ein, um Unterlagen für Möbelfüße, Kühlschrankmagnete, Mini-Pflanzentöpfe, Schlüsselketten, Tischkartenhalter, Halsketten, Badematten, Pinnwände, Kleiderhaken und Tür- und Schubladenknöpfe herzustellen, aber die einfachste Idee von allen ist vielleicht das „Eintragen“ - einfach einen Weinkorken aufbewahren und eine kurze Nachricht auf diesen schreiben, als eine Erinnerung an einen speziellen, mit Freunden erlebten Moment.

Die Amorim Gruppe ist in den sozialen Medien zunehmend präsent und diese Präsenz umfasst ihre verschiedenen Geschäftsbereiche.

Die Intercork-Kampagne läuft auch auf unzähligen Social Media-Accounts, von China bis zu den USA, einschließlich 100%Cork (#amorimcork) - eines der größten weinbezogenen sozialen Mediennetzwerke in den USA.

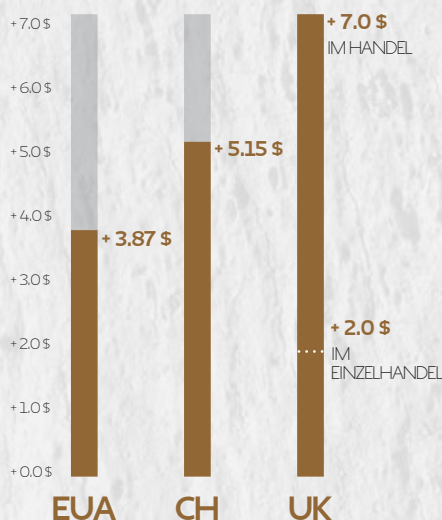
Wenn Sie also eine Idee suchen, was Sie alles mit einem Weinkorken machen können, oder einfach mehr über die erstaunliche Welt des Korks erfahren möchten, googeln Sie es einfach und machen Sie sich bereit, ihre Fantasie anzuregen!



IN UNSERER NATUR GIBT ES ZAHLEN, DIE FÜR SICH SELBST SPRECHEN

Mit Korken verschlossene Weine steigern ihren Wert pro Flasche ...

Wert der Verkäufe im Jahr 2016 von Weinen aus Großbritannien mit Korken stieg um 17 % an, im Vergleich von nur 9 % mit künstlichen Verschlüssen.



... und im Volumen.

48%

Anstieg seit 2015 für mit Korken verschlossene Weine auf dem Handelsmarkt in Großbritannien (10% für künstliche Verschlüsse)

CGA, Juli 2017

43%

Anstieg der Kistenverkäufe in den USA (2010 - 2017) im Vergleich zu 16 % für Weine mit künstlichen Verschlüssen (2010 - 2017).

CGA, Juli 2017

7 von 10 Flaschen werden jedes Jahr mit Korken verschlossen.



96%

von den am meisten verkauften Weinen in China sind mit einem Naturkorken verschlossen.

Nielsen, Mai 2017

89%

der Top 100 Weine von Wine Spectator werden mit Naturkorken verschlossen.

Wine Spectator, Juni 2017

72%

der Top 100 Premiummarken in den USA werden mit Korken verschlossen.

Nielsen, Juni 2017

69%

aller Medaillengewinner bei der Decanter World Wine Awards werden mit einem Korken verschlossen

Decanter, 2017



WIR TRAUEN DER VERBRAUCHERWAHL.

97%

USA

Sagen, dass ein Naturkorken ein Zeichen für einen Wein mit hoher oder sehr hoher Qualität ist.

Wine Opinions, Juli 2017

97%

CHINA

Glauben, dass sich ein Naturkorken positiv auf die Weinqualität auswirkt.

CTR, September 2017

95%

SPANIEN

Bevorzugen Naturkorken für Stillweine und Schaumweine.

Cork Initiative, Juli 2017

86%

ITALIEN

Sind der Meinung, dass ein Naturkorken ein Zeichen eines Qualitätsweins ist.

GFK, Juli 2017

83%

FRANKREICH

Bevorzugen Naturkorken.

Opinion Way, Juni 2017