vinetur

Asti DOCG stellt Asti Vibes vor, um seinen Schaumwein in die Cocktailkultur zu bringen

Das neue Getränk kombiniert Asti Spumante mit Vermouth di Torino, während das Konsortium jüngere Verbraucher und zwanglosere Trinkgelegenheiten ansprechen will

Dienstag, 30. Juni 2026


DOCG ASTI DOCG
MOSCATO D'ASTI
piemonte is
ECCELLENZA
PIEMONTE
VERMOUTH DI TORINO
VERMUT DI TORINO

Asti DOCG hat Asti Vibes vorgestellt, einen neuen Cocktail, der Asti Spumante DOCG mit Vermouth di Torino IGP kombiniert. Damit soll die Rolle der Schaumwein-Denomination in der modernen Trinkkultur ausgebaut und Verbraucher erreicht werden, die leichtere, unkompliziert zu trinkende Serves suchen.

Der Cocktail wurde in Turin offiziell im Rahmen einer Zusammenarbeit zwischen dem Consorzio Asti DOCG und dem Consorzio del Vermouth di Torino IGP präsentiert. Mit dem Launch werden zwei Produkte zusammengebracht, die eng mit dem Piemont verbunden sind, jener nordwestitalienischen Region, die für ihre Wein- und Aperitivo-Traditionen bekannt ist. Indem Schaumwein und Vermouth in einem Serve kombiniert werden, verknüpft das Konsortium Asti in einer Zeit, in der Erzeuger in ganz Europa versuchen, den Konsum über formelle Feiern und traditionelle Mahlzeiten hinaus auszuweiten, stärker mit der Barwelt.

Nach Angaben des Konsortiums wird Asti Vibes mit 3 Unzen Asti Spumante DOCG, 1⅓ Unzen Vermouth di Torino IGP, einem Schuss Tonic Water, einigen Tropfen Peychaud’s Bitters und einer Zitronenscheibe als Garnitur zubereitet. Das Rezept ist bewusst einfach gehalten, mit Zutaten, die sich sowohl in Bars als auch zu Hause verwenden lassen. Diese Zugänglichkeit scheint zentral für die Strategie hinter dem Launch zu sein.

Giacomo Pondini, Direktor des Consorzio Asti DOCG, sagte, das neue Getränk spiegele wider, wie sich die Denomination weiterentwickeln wolle, ohne sich von ihren Wurzeln zu lösen. Asti Vibes respektiere das Erbe von Asti und spreche zugleich mit Frische, Vielseitigkeit und Cocktailkultur den aktuellen Geschmack der Verbraucher an, sagte er.

Die Veröffentlichung ist Teil einer breiteren Anstrengung von Asti DOCG, mehr Konsumanlässe zu schaffen und Asti Spumante neu zu positionieren – als mehr als einen Wein, der nur für Toasts oder Desserts reserviert ist. In den vergangenen Jahren hat das Konsortium weitere Signature-Serves gefördert, darunter Asti Spritz, Moscato Zen und Asti Signature. Mit Asti Vibes setzt es diese Kampagne fort, indem es Asti in eine Kategorie stellt, die sich in vielen Märkten als widerstandsfähig erwiesen hat: unkomplizierte, zugängliche Cocktails mit klar erkennbarer regionaler Identität.

Dieser Ansatz spiegelt auch breitere Veränderungen in der Getränkenachfrage wider. Erzeuger und Branchenverbände betonen zunehmend Frische, moderaten Alkoholgehalt und Trinkbarkeit als wichtige Verkaufsargumente, insbesondere bei jüngeren erwachsenen Verbrauchern und in urbanen Gastronomiebetrieben. Schaumweine haben von diesem Trend profitiert, weil sie sich zu Spritz- und Aperitivo-ähnlichen Drinks verarbeiten lassen, ohne ihre Kernidentität zu verlieren. Auch Vermouth erfährt neue Aufmerksamkeit, da Barkeeper und Verbraucher klassische italienische Zutaten wiederentdecken.

Für Asti DOCG hat die Partnerschaft mit Vermouth di Torino IGP auch symbolisches Gewicht und kommerziellen Wert. Beide Produkte stammen aus derselben Region und beide sind durch italienische und europäische Qualitätssysteme geschützt. Vermouth di Torino hat tiefe Wurzeln in der Trinkkultur Turins, während Asti eine der bekanntesten Schaumwein-Denominationen Italiens ist. Sie zusammenzubringen, ermöglicht es beiden Konsortien, ein einheitliches Bild des piemontesischen Erbes in einem Format zu präsentieren, das zeitgemäß statt museal wirkt.

Das Konsortium beschreibt den Cocktail als Ausdruck der Identität des Piemont und seiner Aperitivo-Tradition, die nach wie vor zu den einflussreichsten italienischen Beiträgen zu globalen Trinkgewohnheiten zählt. Praktisch bedeutet das einen Serve, der auf Ausgewogenheit statt auf Stärke setzt: Perlage von Asti Spumante, Kräuteraromen vom Vermouth, Bitterkeit von Peychaud’s und Frische von Tonic Water und Zitrone.

Das Consorzio Asti DOCG vertritt Tausende von Erzeugern in den Weinbaugebieten Langhe, Roero und Monferrato, Landschaften, die von der UNESCO wegen ihres kulturellen Werts anerkannt sind. Die Gruppe überwacht und fördert Asti Spumante DOCG und Moscato d’Asti DOCG, zwei Weine, die überwiegend aus Moscato-Bianco-Trauben hergestellt werden und seit Langem mit aromatischer Intensität und Süße verbunden sind. In den vergangenen Jahren haben die Erzeuger jedoch daran gearbeitet zu zeigen, dass diese Weine auch in zwanglosen und gemischten Trinkgelegenheiten ihren Platz haben können.

Das Consorzio del Vermouth di Torino IGP wiederum fördert und schützt den historischen aromatisierten Wein, der in Turin entwickelt wurde. Seine Beteiligung an Asti Vibes platziert Vermouth nicht nur in klassischen Cocktails, sondern auch in einfacheren Schaumwein-Serves, die für einen breiteren Einsatz in Restaurants, Hotelbars und beim Bewirten zu Hause gedacht sind.

Der Launch erfolgt zu einem Zeitpunkt, an dem italienische Weinverbände weiterhin nach neuen Wegen suchen, um in einem zunehmend wettbewerbsintensiven globalen Getränkesektor Marktanteile zu verteidigen. Konsummuster sind unberechenbarer geworden, zumal jüngere Konsumenten je nach Anlass oft zwischen Wein, Cocktails, Bier und alkoholfreien Optionen wechseln. Für regionale Konsortien wie Asti DOCG besteht eine Antwort darin, traditionelle Produkte als flexible Zutaten statt als Getränke einer festen Kategorie zu präsentieren.

Asti Vibes passt genau in diese Logik. Es verlangt von den Verbrauchern nicht, eine neue Produktkategorie zu lernen oder ein komplexes Ritual zu übernehmen. Stattdessen nutzt es vertraute Elemente der italienischen Aperitivo-Kultur und präsentiert sie in einem Format, das Bars schnell servieren können und das Verbraucher mit wenig Aufwand selbst nachmachen können. Das könnte erklären, warum Branchenverbände zunehmend Signature-Cocktails als Werbemittel bevorzugen: Sie bieten einen direkten Weg, Denominazione-Weine mit zeitgenössischen Gewohnheiten zu verbinden.

Indem das Getränk in Turin und nicht auf einer internationalen Fachmesse oder bei einer Exportveranstaltung vorgestellt wurde, verankerten die Organisatoren die Botschaft zunächst lokal, bevor sie nach außen getragen wird. Der Rahmen unterstrich die regionale Verbindung zwischen Asti und Vermouth und verlieh der Initiative innerhalb des Piemont Glaubwürdigkeit. Von dort aus dürfte das Konsortium Asti Vibes als Teil seiner internationalen Kommunikation rund um Mixologie, Gastronomie und Lifestyle-Anlässe mit Bezug zur italienischen Trinkkultur einsetzen.

Der Schritt legt nahe, dass Wachstum für Asti DOCG weniger davon abhängen könnte, was der Wein ist, als davon, wo und wie Menschen ihm begegnen. In diesem Sinne ist Asti Vibes nicht nur ein Cocktail-Launch, sondern auch ein Marketing-Signal dafür, wie eine der etabliertesten Schaumwein-Denominationen Italiens im heutigen

Getränkemarkt konkurrieren will.