vinetur

OIV startet erste Kampagne zum Welttag der Rebe und des Weins mit zwölf Ländern

Die einwöchige Reihe „Origins“ präsentiert Videos zum nationalen Weinerbe im Vorfeld des Gedenktags am 29. November

Mittwoch, 25. November 2026



Die Internationale Organisation für Rebe und Wein (OIV) hat eine internationale Digitalkampagne zum Welttag der Rebe und des Weins am 29. November gestartet. Zwölf Weinbauländer kommen darin zusammen, um die kulturellen und historischen Wurzeln des Weinbaus weltweit hervorzuheben.

Die Kampagne mit dem Namen „Origins“ wurde am Montag, dem 23. November, am Sitz der Organisation im französischen Dijon vorgestellt. Sie läuft vom 23. bis zum 29. November und ist nach Angaben der OIV die erste digitale Kommunikationsinitiative, die eigens für den Gedenktag ins Leben gerufen wurde, seit dieser 2024 etabliert wurde.

Nach Angaben der OIV wurden alle Mitgliedstaaten eingeladen, Videos zu ihrem Weinerbe einzureichen. Nach Prüfung der Vorschläge wählte die Organisation Beiträge aus Spanien, Portugal, Argentinien, Zypern, Südafrika, Uruguay, Moldau, Tschechien, Brasilien, Montenegro, Armenien und Georgien aus.

Die Videos werden im Laufe der Woche auf den offiziellen Kanälen der OIV auf Instagram, LinkedIn, Facebook, X und Bluesky veröffentlicht. Jedes Video erzählt eine nationale Geschichte rund um den Weinbau und die Weinproduktion. Ziel ist es, einem internationalen Publikum zu zeigen, wie sich Weintraditionen in unterschiedlichen Regionen und Kulturen entwickelt haben.

Die Reihenfolge der Veröffentlichungen richtet sich nach dem Beitritt der jeweiligen Länder zur OIV, erklärte die Organisation. Eine Ausnahme bildet Georgien: Das Land beschließt das Wochenprogramm, da es 2027 den nächsten Weltkongress für Rebe und Wein ausrichten wird.

Mit der Kampagne will die OIV dem Welttag der Rebe und des Weins größere Sichtbarkeit verschaffen. Der Gedenktag ist eng mit der Geschichte der Organisation verknüpft. Der 29. November wurde gewählt, weil die Institution an diesem Tag im Jahr 1924 gegründet wurde. Der jährliche Gedenktag wurde 2024 im Rahmen der Feierlichkeiten zum 100-jährigen Bestehen der OIV ins Leben gerufen.

Die OIV bezeichnet sich als die führende zwischenstaatliche wissenschaftliche und technische Organisation für den globalen Weinsektor. Sie hat derzeit 51 Mitgliedstaaten, auf die nach Angaben der Organisation 90 % der weltweiten Rebfläche, 88 % der Weinproduktion und 75 % des Weinkonsums entfallen.

Indem die OIV die Kampagne mit nationalen Geschichten und Landschaften verknüpft, rückt sie auch die Idee eines gemeinsamen Erbes in den Mittelpunkt – in einer Branche, die oft von starken regionalen Identitäten geprägt ist. Die teilnehmenden Länder liegen in Europa, Südamerika, Afrika und im Kaukasus. Sie stehen für alte wie auch neuere Weinbauregionen innerhalb der Organisation.

Die Kampagne dient der OIV auch einem weiter gefassten Kommunikationsziel: In Regierungskreisen und der Branche ist die Organisation bekannter als bei Verbraucherinnen und Verbrauchern. Ihre Arbeit konzentriert sich auf technische Standards, wissenschaftliche Zusammenarbeit und politische Leitlinien statt auf die Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Mit der einwöchigen Videoserie will sie ihre institutionelle Rolle anhand von Geschichten vermitteln, die einem breiteren Publikum leichter zugänglich sind.

Im Rahmen der OIV kommen mehr als 500 Fachleute zweimal jährlich zusammen, um Fragen unter anderem zu Weinbau, Tafeltrauben, Önologie, Analysemethoden, Gesetzgebung, Weinwirtschaft sowie Gesundheit und Sicherheit der Verbraucherinnen und Verbraucher zu untersuchen, zu erörtern und im Konsens Resolutionen zu verabschieden. Seit ihrer Gründung hat die Organisation Standards und technische Empfehlungen entwickelt, die von Behörden und Fachleuten der Branche genutzt werden.

Die neue Kampagne ändert nichts an diesem technischen Auftrag, verknüpft ihn jedoch mit einem symbolischen Datum, das die OIV als festen jährlichen Anlass für die internationale Anerkennung des Sektors etablieren möchte. Mit kurzen digitalen Beiträgen aus den Mitgliedsländern macht die Organisation aus einem Gedenktag eine breiter angelegte Präsentation von Weinbergen, Produktionstraditionen und Weinkultur.

Für die teilnehmenden Länder bietet die Initiative eine offizielle internationale Plattform – zu einer Zeit, in der Weinproduzenten in vielen Märkten unter dem Druck veränderter Konsumgewohnheiten, wirtschaftlicher Unsicherheit und klimabedingter Herausforderungen stehen. Die Kampagne geht nicht unmittelbar auf diese Fragen ein, stellt aber Kontinuität, Identität und die historische Tiefe der Weinproduktion in den verschiedenen Regionen in den Vordergrund.

Die OIV hat die Kampagne nicht als Wettbewerb zwischen Ländern präsentiert. Vielmehr versteht sie das Projekt als gemeinschaftliche Initiative, die die Vielfalt des Weinbaus zeigen und zugleich die gemeinsame Grundlage der Anbauregionen weltweit betonen soll. Diese Botschaft steht im Mittelpunkt des Konzepts „Origins“, das sich mit den Ursprüngen von Weintraditionen sowie ihrer Bewahrung und Anpassung im Laufe der Zeit beschäftigt.

Der letzte Beitrag wird am 29. November veröffentlicht und fällt mit dem jährlichen Welttag der Rebe und des Weins zusammen. Damit endet eine Woche, in der die OIV über soziale Medien jeweils ein Land ins internationale Rampenlicht gerückt hat.