



Bad Wimpfen, 18. Juni 2026

Lidl und das Deutsche Weininstitut küren Gewinner des Wein-Wettbewerbs

Vom Weinberg ins Lidl-Regal: Vier Weinbaubetriebe setzen sich mit innovativen Konzepten durch

Die Entscheidung im gemeinsamen Wein-Wettbewerb von Lidl in Deutschland und dem Deutschen Weininstitut (DWI) ist gefallen. Nach einem intensiven und mehrstufigen Auswahlverfahren, an dem sich über 175 Weinbaubetriebe mit insgesamt 455 Weinen aus zehn deutschen Anbaugebieten beteiligt haben, wurden nach Auswertung der Live-Pitches in der Lidl-Hauptverwaltung in Bad Wimpfen nun die Sieger gekürt. In einem hochkarätigen Finale haben das **Weinhaus Hauck aus Rheinhessen** (Weißwein), das **Weingut Mussler aus der Pfalz** (Rotwein), das **Weingut Johanninger aus der Region Nahe/Rheinhessen** (Rosé) sowie das **DRK-Sozialwerk Bernkastel-Wittlich** (Weißwein/Riesling) die Fachjury überzeugt. Als Gewinner des Wettbewerbs erwartet die Betriebe eine verlässliche Partnerschaft mit Lidl, die ihnen einen direkten Marktzugang zur Vermarktung ihrer Siegerweine eröffnet. Die Weine der Weinbaubetriebe Hauck, Mussler und Johanninger werden voraussichtlich ab Herbst bundesweit in allen Lidl-Filialen sowie im Lidl Onlineshop erhältlich sein, während das barrierefreie Konzept des DRK-Sozialwerks im Rahmen einer exklusiven Aktion die Regale erobert.

Ganzheitlicher Fokus auf die Zukunft des deutschen Weins

Lidl in Deutschland und das DWI haben den Wein-Wettbewerb mit dem Ziel ins Leben gerufen, der heimischen Weinbranche neue Sichtbarkeit zu verschaffen und zukunftsweisende Weinkonzepte deutschlandweit in die Weinregale des Lebensmitteleinzelhändlers zu bringen. Das ist ein wichtiges Zeichen zur richtigen Zeit: Die aktuelle Statistik des Deutschen Weininstituts (DWI) belegt, wie sehr sich das Konsumverhalten verändert und der Markt in Bewegung ist. Genau hier liegt die große Stärke der heimischen Betriebe: Sie besitzen das enorme Potenzial und den Mut, neue Wege zu gehen.

Die Bewertung durch das Expertengremium und die Fachjury erfolgte nach umfassenden Kriterien: Neben der sensorischen Qualität spielten das Innovationspotenzial, das Design und der authentische Charakter der Betriebe eine entscheidende Rolle.

Jean-Marc Esling, Leiter Einkauf Food der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, betont den partnerschaftlichen Ansatz: „Mit unserem Wettbewerb eröffnen wir dem deutschen Wein neue Chancen im Handel und rücken gemeinsam seine Vorzüge noch stärker in den Fokus. Wir bieten den Siegern eine Partnerschaft, die wir auf Zuverlässigkeit und gegenseitigem Vertrauen aufbauen. Indem wir ihnen den direkten Weg zu unseren Kunden ebnen, schaffen wir eine verlässliche Planungssicherheit. Das hilft den Weinbaubetrieben, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren – die Produktion exzellenter Weine.“



Bad Wimpfen, 18. Juni 2026

Melanie Broyé-Engelkes, Geschäftsführerin des Deutschen Weininstituts (DWI), ergänzt: „Der Wettbewerb verschafft den Weinen aus deutschen Regionen eine große Sichtbarkeit. Die ausgewählten Weinerzeuger stehen stellvertretend für die Innovationskraft unserer Branche. Sie gehen neue Wege und vereinen beste Weinqualitäten mit modernen Konzepten. Sehr erfreulich ist zudem, dass auch ein barrierefreies Konzept zu den Gewinnern zählt.“

Alle vier Siegerkonzepte des Wein-Wettbewerbs sind in rheinland-pfälzischen Anbaugebieten verwurzelt. Für **Ministerpräsident Gordon Schnieder** ist dieser Erfolg ein starkes Zeichen für die Innovationskraft des Bundeslandes: „Rheinland-Pfalz ist das Weinland Nummer eins in Deutschland. Gerade in herausfordernden Zeiten beweisen unsere Weinbaubetriebe an Mosel, Nahe, Ahr, am Mittelrhein, in der Pfalz und in Rheinhessen einen beeindruckenden Innovationsgeist. Der Erfolg von gleich vier so unterschiedlichen Konzepten in diesem anspruchsvollen Wettbewerb erfüllt mich mit großem Stolz. Diese Partnerschaft bietet unseren heimischen Winzerinnen und Winzern eine starke Perspektive, während die prämierten Spitzenweine als kulinarische Botschafter unsere rheinland-pfälzische Identität in ganz Deutschland erlebbar machen.“

Die Siegerkonzepte im Überblick:

- **Kategorie Weißwein: Weinhaus Hauck (Rheinhessen) – „ROCKING RABBIT“**
Jana Hauck überzeugt mit der Weißwein-Cuvée „Weißburgunder... and her best bunnies“. Das Konzept kombiniert ein modernes Etikettendesign mit innovativem Weinbau. Die Cuvée begeistert durch eine saftig-frische Aromatik. Im Weingut wird zu 100 Prozent mit hauseigener Photovoltaik-Energie gearbeitet.
- **Kategorie Rotwein: Weingut Mussler (Pfalz) – Handwerk trifft Moderne**
Das Traditionsgut begeistert mit charakterstarken, trinkfreudigen Rotweinkreationen in stylischer Ausstattung, die gezielt auch eine jüngere Generation ansprechen. Als Mitglied bei „FAIR'N GREEN“ vereint Mussler einen zertifiziert nachhaltigen Weinbau mit modernem Genuss.
- **Kategorie Rosé: Weingut Johanninger (Nahe/Rheinhessen) – Im Einklang mit der Natur**
Das Weingut punktet mit einer feinen, klaren Stilistik und hoher Trinkfreude und setzt als zertifizierter Bio- Betrieb auf ehrliches Handwerk und den konsequenten Ausbau ausdrucksstarker Roséweine nach streng ökologischen Richtlinien.

PRESSEINFORMATION



Bad Wimpfen, 18. Juni 2026

- **Kategorie Aktion (Weißwein): DRK-Sozialwerk Bernkastel-Wittlich gGmbH (Mosel) – Genuss fühlbar machen**

Das inklusive Weingut setzt ein im Weinhandel bisher einzigartiges Zeichen für Barrierefreiheit: Durch die Integration von Blindenschrift (Braille) in das Weinetikett wird echter Genuss erstmals für jeden fühlbar und zugänglich gemacht. Auch am Gaumen überzeugt das Konzept auf ganzer Linie durch einen charakterstarken, mineralisch-frischen Riesling.

Weitere Informationen zu Lidl in Deutschland finden Sie [hier](#).