

PR Selection

WINE LOVERS
ZIEHER VISION & DEKANTER

Best of 2017 - 2021



PR Selection

WINE LOVERS - ZIEHER VISION & DEKANTER

ZEITUNGEN/ZEITSCHRIFTEN - NEWSPAPERS/MAGAZINES:

Focus 05.12.2020 - Frohe Wein-Nacht
ELLE decoration 11/2020 - Frohes Fest
FAZ 07.07.2020 - Tief ins Glas geschaut
FAZ 23.12.2019 - Gläserne Kunstwerke
Stern 35/2019 - La Vie en rose
Feinschmecker 10/2019 - Gläser mit Charakter
Lafer 02/2019 - Gläser mit Genussgarantie
Falstaff 01/2019 - Best of Mundgeblasen
Falstaff 01/2018 - Glasperlenspiel

GUIDES:

Vinum Weinguide Deutschland 2020 - Beste Weinkarte: Preisträger Silvio Nietzsche

FACHMAGAZINE - TRADE MAGAZINES:

Mixology 01/2021 - Neue Glasdesigns von Zieher Selection
Genuss Professional 06/2019 - Extravaganz, Zuverlässigkeit und Qualität
Falstaff profi 02/2019 - Gläser-Check
Genuss pur 03/2019 - Dieses Glas macht Spaß!
TRINKtime 03/2018 - Damit Wein atmen kann
Möbelkultur 06/2018 - Kleiner Artikel, große Wirkung

ONLINE:

FAZ 20.02.2021 - Besondere Weingläser
Tischgespräch.de Newsletter Dezember 2020 - Überzeugt verkaufen weil erlebt
Podcast Schnutentunker September 2020 - Blindflug 55: Großer Greis, brillantes Baby
Captain Cork Newsletter 15. September 2020 - O du mein lieber Abendwein!
Zieher Blog 7.1.2020 - **Im Interview: Jan Baum vom „WeinBaum“**
Fein & Fabelhaft 19.07.2019 - Wein in neuen Gläsern
Der Weinsnob 22.04.2019 - Die wahrscheinlich besten Gläser der Welt

INTERNATIONAL:

Melimelo & Wine 03.11.2020 - un verre pour déguster vos super cuvées
Goodwine RUS 20.05.2020 - I call it work
Wine & Spirit Guide RUS - 03/2020 - Dekantieren im Glas
New York Times 25.04.2018 - Wine Glasses With Style and Function

Publikation:
 Focus 05.12.2020
 Rubrik:
 Geschenkideen
 Stichworte:
 Geschenke - Tipps aus der FOCUS-Redaktion
 Produkt:
 Doppio

FOCUS 05.12.2020



Das könnt ihr euch schenken!

In diesem Jahr ist unsere Welt in Turbogeschwindigkeit aus den Fugen geraten. Wie schön, dass es da Dinge gibt, die unverrückbar bleiben. Am 24. Dezember ist Heiligabend. Und vorher packen wir Geschenke ein. **40 Tipps aus der FOCUS-Redaktion**



Weinkunst Im edlen Dekanter „Doppio“ der Glasmanufaktur Zieher erhalten große Rote eine doppelte Bühne. Das sieht toll aus und fördert die Weinentwicklung: mehr Oberfläche, mehr Sauerstoffkontakt. Das Design stammt vom Mailänder Itamar Harari. (240 Euro)
Beate Schindler, FOCUS-Weintest



Frohe Wein-Nacht! Dekanter, Duft, Designobjekte: 40 Geschenkideen Seite 110

Publikation:
 ELLE Decoration 11/2020
 Rubrik:
 Frohes Fest
 Stichworte:
 Puristische Details im japanischen Stil
 Produkt:
 Vision



Publikation:
FAZ 07.07.2020
Rubrik:
Technik und Motor
Stichworte:
Tief ins Glas geschaut
Produkt:
Vision
Zitat:
Am Ende (...) bleibt die Erkenntnis, dass ein Wein aus verschiedenen Gläsern unterschiedlich riechen und schmecken kann.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG

Technik und Motor

Tief ins Glas geschaut

Einem schlechten Wein kann kein Glas der Welt retten. Aber einem gelungeneren Wein kann das Glas den letzten Schöff geben. Denn die Form beeinflusst den Geschmack.

Von Marco Dettwiler



Aus spezialisiertem Glas aus dem Wein zu trinken, wenn man nicht nur die Optik genießen will, sondern auch den Geschmack? Die meisten Weinliebhaber wissen das, aber es ist nicht so einfach, wie es scheint. Denn ein schlechtes Glas? Kann es ein schlechtes Glas retten? Einem schlechten Wein kann kein Glas der Welt retten. Aber einem gelungeneren Wein kann das Glas den letzten Schöff geben. Denn die Form beeinflusst den Geschmack.



Burgunderglas, Zalto (oben), Zalto (Mitte), Zalto (unten) und Zalto (unten)

Ein schlechtes Glas? Kann es ein schlechtes Glas retten? Einem schlechten Wein kann kein Glas der Welt retten. Aber einem gelungeneren Wein kann das Glas den letzten Schöff geben. Denn die Form beeinflusst den Geschmack.

Ein schlechtes Glas? Kann es ein schlechtes Glas retten? Einem schlechten Wein kann kein Glas der Welt retten. Aber einem gelungeneren Wein kann das Glas den letzten Schöff geben. Denn die Form beeinflusst den Geschmack.

Ein schlechtes Glas? Kann es ein schlechtes Glas retten? Einem schlechten Wein kann kein Glas der Welt retten. Aber einem gelungeneren Wein kann das Glas den letzten Schöff geben. Denn die Form beeinflusst den Geschmack.

schreiben. Auffällige und komplementäre Abweichungen findet man bei Zwiesel und Zieher. Das deutsche Unternehmen, dessen maschinengefertigte Gläser der Marke Schott Zwiesel besser bekannt sein dürften, gestaltet den Boden seiner Simplify-Linie äußerst flach und zieht das Glas sehr steil nach oben. Zieher hingegen zieht den äußeren Rand des Bodens weiter nach unten, damit beim Einschenken ein Dekantiereffekt entsteht, weil der Wein auf die Erhebung in der Mitte trifft und zum Rand herunterläuft.

Am Ende des Abends und diesen Textes bleibt die Erkenntnis, dass ein Wein aus verschiedenen Gläsern unterschiedlich riechen und schmecken kann. Auch wenn es manchmal nur Nuancen sind, lohnt es sich für ambitionierte Weintrinker, verschiedene Marken und Serien auszuprobieren. Man muss nicht bei einer bleiben.

Publikation:
 FAZ 23.12.2019
 Rubrik:
 Verbraucher
 Stichworte:
 Gläserne Kunstwerke
 Produkt:
 Vision
 Zitat:
 „...unvergleichliche Gläser...
 Eine überaus lohnende Investition.“



DAS WILL ICH HABEN

Gläserne Kunstwerke

Noch ist es ein Tag Zeit. Bei Lorey in der Frankfurter Innenstadt sind sie im Sortiment, und vielleicht führt sie auch das eine oder andere gute Haushaltswarengeschäft in der Region. Für einen Kauf im Onlineshop ist es jedenfalls zu spät – zumindest wenn man noch in diesem Jahr zu Weihnachten aus unvergleichlichen Gläsern trinken will. Wenn es nicht klappt, ist es aber auch nicht so schlimm. Bis zum nächsten Fest ist schließlich noch genug Zeit – und auf ein Jahr kommt es bei den mundgeblasenen Meisterwerken der Firma Zieher ohnehin nicht an. Die sind schließlich eine Anschaffung fürs Leben.

Das Familienunternehmen aus der oberfränkischen Gemeinde Himmelkron nahe Bayreuth stellt seit mehr als 30 Jahren hochwertige Glaswaren, Geschirr und Buffetzubehör für die Spitzengastronomie und die Hotellerie her. Und vor einigen Jahren haben die Zieher dann auch Weingläser in ihr Programm aufgenommen, die Linie „Vision“ mit inzwischen sechs unterschiedlichen Modellen, vom eher unauffälligen „Fresh“ für Weiß- und Schaumweine bis zum voluminösen „Balanced“ für große, komplexe Weiß- und Rotweine und Jahrgangschampagner.

Die extrem dünnwandigen Kelche werden in einem der renommiertesten

Betriebe in Ungarn aus kristallinem Glas ohne Zusatz von Blei in traditionellem Verfahren mundgeblasen. Diese filigrane Handwerkskunst macht jedes Glas zu einem Einzelstück. Das Besondere an der Zieher-Line ist darüber hinaus aber vor allem das Design: Der Boden der Kelche ist am Rande jeweils vertieft und in der Mitte erhaben, so dass die Weine oder Spirituosen, die man aus ihnen trinkt, beim Einschenken und Schwenken intensiver als in einem herkömmlichen Glas belüftet werden. Die Aromen können sich so deutlich besser entfalten. Geschmacksfördernde Eigenschaften dieser Art schreiben viele Hersteller ihren Gläsern zu – bei den Zieher-Kelchen sind sie allerdings tatsächlich spürbar. Insbesondere die Modelle „Balanced“ und „Intense“ bringen im Vergleich mit konventionellen Gläsern vor allem opulente und kraftvolle Weine mit einer ungeahnten Intensität zur Geltung.

Das Vergnügen, das diese Highend-Gläser bereiten, hat natürlich auch einen Highend-Preis. Je nach Modell kosten zwei Kelche zwischen 75 und 100 Euro. Das ist kein Schnäppchen, aber dafür eine überaus lohnende Investition. Wir werden jedenfalls im nächsten Jahr an den Feiertagen unseren Wein aus diesen gläsernen Kunstwerken trinken. **PETER BADENHOP**

Publikation:
 Feinschmecker 10/19
 Rubrik:
 Getränkeotizen
 Stichworte:
 Gläser mit Charakter
 Produkt:
 Vision
 Zitat:
 „...eine Glasserie jenseits von Rot und Weiß...“



Publikation:
Lafer, 02/2019
Rubrik:
Kulinarik & Kultur
Stichworte:
Gläser mit Genussgarantie
Zitat:

„Mit den Themengläsern ... lässt sich zielsicher der gewünschte Geschmacksmoment betonen...“

KULINARIK & KULTUR

Ein Hoch auf den Sommer!

Draußen sein, das Leben genießen und sich mit schönen Dingen umgeben – das ist pures Sommerglück.

Naturstein aus dem Norden

Sie verströmen nordisches Flair und sind in ihrer kühlen Schlichtheit ein Blickfang: Die Schneidbretter, Vasen, Tablett, Schalen und Mörser mit Stößel der Kollektion Essence aus Larvikit, Holz und Messing sind eine limitierte Serie des Designerduos Jenkins & Uhnger. Der Natursteinspezialist Lundhs verwendet den sanft schimmernden Stein sonst für Küchenarbeitsplatten und Bodenbeläge, jetzt steigt er mit Essence in die Welt der Accessoires ein.

Bezug: zum Beispiel über
→ shop.lundhsrockstone.com

Grillen auf Granit

Manchmal reicht ein Herd zum perfekten Grillglück, etwa wenn das Fleisch in der Grillpfanne ELO Granit Evolution brutzelt. Ihre Mikrowabenstruktur verteilt Öl oder Fett gleichmäßig und brät knusprig.

Bezug: Fachhandel oder über
→ elo-shopping.de

Freiheit beim Mixen

Schluss mit Kabelsalat: Der Stabmixer Stilo 7 von Ritterwerk zerkleinert, schäumt auf, püriert und rührt komplett ohne störendes Kabel. Möglich macht die neue Freiheit ein leistungsstarker Lithium-Ionen-Akku. Der schlanke Stilo im Bauhausdesign ist aus stabilem Metall, nur der Griff besteht aus hochwertigem Kunststoff.

Bezug: zum Beispiel über
→ baria.de

Savoir-boire!

Lokaltermin in Forcalquier im Département Alpes-de-Haute-Provence, Distilleries et Domaines de Provence: Henri Bardouin, für Eingeweihte der köstlichste Pastis überhaupt, den Familie Robert dankenswerterweise auf Flaschen zieht. «Kann man dem Sommer im Licht der Abendsonne schöner zuprosten? Wohl kaum.»

Bezug: zum Beispiel über
→ www.winef.de

Gläser mit Genussgarantie

Bei Zieher wird jedes Glas aus bleifreiem Kristall mundgeblasen. Mit den Themengläsern der Serie Vision lässt sich zielsicher der gewünschte Geschmacksmoment betonen – ein Garant für maximale Aromapräsenz.

Bezug: zum Beispiel über
→ zieher-shop.de

34 LAFER 02/2019

FOTOS: M

Publikation:
 Falstaff, Dez-Feb 2019
 Rubrik:
 Wein - Champagnerglas-Test
 Stichworte:
 Best of Mundgeblasen - 94 Punkte für Vision Fresh
 Zitat:

„Ein leichtfüßiges, standfestes Glas mit eingestochenem Boden beim Stielansatz, unverwechselbares Design. Der leicht konische Kelch zentralisiert die Aromen sehr gut, die Kohlensäure im Bukett wird durch eine gute Weite der Mündung gedämpft.“



BEST OF MUNDGEBLASEN

1 RIEDEL SOMMELIERS JAHRGANGS-CHAMPAGNER. Dieses Glas vereint sämtliche Tugenden, die ein tolles Champagnerglas ausweisen sollte. Es ist nicht zu hoch und nicht zu rotund, verfügt über optimale Linienführung des Kelches sowie Mündungsweite. Es liegt balanciert in der Hand, fördert den Facettenreichtum des Buketts, sorgt für Fülle und Länge im Raum. www.riedel.com, € 65,-. **2 GLASS & CO BARON.** Leicht helles Glas, aber mit guter Standfestigkeit, eleganter, schlanker eleganter Kolbenform, bringt sehr feine, gut anhaltende Mundzufälle, öffnet sehr gut, in der Nase gute Fruchtbotung, sorgt am Gaumen für eingebundene Säure, Cremigkeit und Harmonie. Sorgt für ein buchterreiches Bukett, unterbricht Biskuit- und Nougatnoten, fördert Fülle im Nachmat und die Länge. Trotz seiner Höhe ein gut ausgewogenes Glas. Einzel Stücke für jeden festlichen Tisch. www.glass-co-essen.com, € 31,80. **3 LEHMANN JAMESSE PRESTIGE GRAND CHAMPAGNE 45.** Mittelhohes, sehr elegantes Glas mit weitem eleganten Kelch mit guter Mündungsweite, leicht in der Hand, zeigt eine feine Moosica-Säure, gute Balance, gute Konzentration im Bukett, gebündelte Aromatik, bringt die Würze in den Vordergrund, technisch wie optisch ein tolles Glas. www.lehmannglas.de, € 28,-. **4 ZIEHER WEINGLAS FRESH VISION.** Ein leichtfüßiges, standfestes Glas mit eingestochenen Boden beim Stielansatz, unverwechselbares Design. Der leicht konische Kelch zentralisiert die Aromen sehr gut, die Kohlensäure im Bukett wird durch eine gute Weite der Mündung gedämpft. www.zieher-shop.de.

20 GLÄSER FÜR VOLLEN GE NUSS

Sommeliers und Champagnerliebhaber gibt es viele und viele. Inzwischen werden für die verschiedenen Weine Schalen, Fliesen, Kelche, aber auch Champagnergläser und Weinflaschen in allen Formen und Größen hergestellt und die Suche nach dem perfekten Glas für den Wein wird immer wichtiger.

Ein leichtfüßiges, standfestes Glas mit eingestochenen Boden beim Stielansatz, unverwechselbares Design. Der leicht konische Kelch zentralisiert die Aromen sehr gut, die Kohlensäure im Bukett wird durch eine gute Weite der Mündung gedämpft.

BEST OF MUNDGEBLASEN

Publikation:
Falstaff, Januar 2018

Rubrik:
Sparkling

Stichworte:
Glasperlenspiele, Best of Mundgeblasen - 94 Punkte für Vision Fresh

Zitat:

„Ein leichtfüßiges, standfestes Glas mit eingestochenem Boden beim Stielansatz, unverwechselbares Design. Der leicht konische Kelch zentralisiert die Aromen sehr gut, die Kohlensäure im Bukett wird durch eine gute Weite der **Mündung gedämpft.**“



5 ZIEHER WEINGLAS FRESH VISION. Ein leichtfüßiges, standfestes Glas mit eingestochenem Boden beim Stielansatz, unverwechselbares Design. Der leicht konische Kelch zentralisiert die Aromen sehr gut, die Kohlensäure im Bukett wird durch eine gute Weite der Mündung gedämpft.
www.zieher.com, € 39,-



Publikation:
 Vinum Weinguide Deutschland 2020
 Rubrik:
 Beste Weinkarte des Jahres
 Preisträger:
 Silvio Nietzsche WeinKulturBar Dresden



PREISTRÄGER



Weinkarte des Jahres

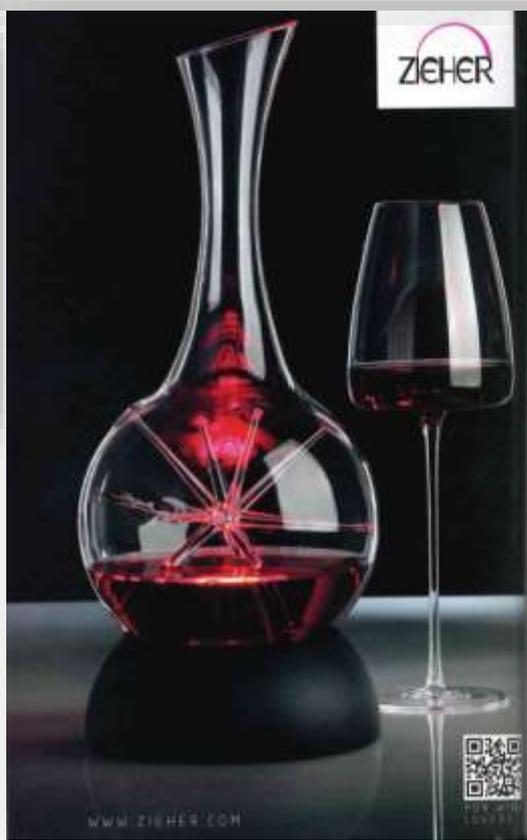
Mit dem Wort »Liegende« sollte man vorsichtig sein, doch sowohl die Weinkarte der WeinKulturBar in Dresden als auch ihr Macher Silvio Nietzsche sind genau das. Rund 2900 Positionen, davon stolze 50 im offenen Ausschank. Die günstigste Flasche kostet gerade einmal 12 Euro – dafür bekommt man in anderen Häusern nur ein Glas Wein.

BESTE WEINKARTE DEUTSCHLANDS



700 000 Flaschen, 24 Weisheiten repräsentiert Silvio Nietzsche in seiner Weinkarte. Aber diese Zahlen sagen nichts darüber, wie interessant und beherzt die Karte zusammengefasst ist. Wobei »Weinkarte« eine Unübersetzung ist, kommt sie doch als gebundenes Buch – das Lebenswerk eines polizeilichen Weizenbäckers. »Der ist mit dem Wein sprichst, trägt die fächernde Zeitung einen Artikel über Silvio Nietzsche, der das Editorial 2007 eröffnete, rückwärts die geborene Bäume in besseren Blättern als Sommerfrucht abhebt. »Die Home of your Lieblingswein« nennt sich die WeinKulturBar selbst zu Recht. Und wer noch nicht weiß, was sein Lieblingswein ist, der kann das bei Nietzsche- oder Weizenbäckers probieren. Bei Letzteren werden die Weine in schwarzen Gläsern serviert und der Gast soll völlig auf seine Intuition vertrauen. Nietzsche hat mittlerweile ein Jahr der Weizenbäckerei im MDW drehte es »Die Weizenbäckerei Mühlentanzbäckerei«.

Die Kolonnen. Man bekommt nur scheinbar einen Tisch in der WeinKulturBar. Stattdessen reservieren früher schon mal für die nächsten zwei Jahre – das hat Nietzsche jetzt geändert. »Da wir nur noch ab August für das kommende Jahr reservieren, sind nur noch die Abendstunden für rund zwei Jahre im Voraus ausgebucht. Aber nachmittags, also von 15 bis 18 Uhr, ist mit zwei, drei Wochen Vorlauf durchaus jederzeit ein Tisch reservierbar.« Die WeinKulturBar gewahrt nicht nur die Kategorie »Liegende« des Wettbewerbs »Gourmet Wine List Award«, des »Gourmet Magazine VIMM« einmal jährlich veranstaltet. Für die höchste Gesamtnote im Wettbewerb gab es zusätzlich den »Sonderpreis Best Award«. Eine Ehrung, der wir uns ohne Widerspruch anschließen können! Auch weil wir das Glück haben, dass Silvio Nietzsche zum Verkosterrat unseres Weingabes gehört, wo er die Preise aus Sachsen und Saale-Unstrut im Glas bekommt.



So vielfältig wie die Weinauswahl sind in der WeinKulturBar auch die Gäste: Von 19 bis 70 Jahre und vom Trabi- bis zum Porschefahrer kommen alle. Silvio Nietzsche sieht als seinen größten Schatz die Jahrgangsbefehle an Großen Gewächsen, Weinen von Joh. Jos. Prüm, Dalla Valle, Sine Qua Non, Römmer, Ponsot, Clos Rougeot und Romanée Conti. Wir sprachen mit ihm über seine bemerkenswerten Weinbar.

Überfordert die schiere Anzahl an Weinen nicht viele Gäste?
 80 Prozent unserer Gäste schauen nicht in die Karte, sondern genießen unsere beratungsbewusste Beratung und unser Wissen um ihren Vorlieben. Dabei wissen viele noch nicht einmal von dem Umfang.

Welcher Wein wurde leider noch nie bestellt?
 Wahrscheinlich 80 Prozent der Karte, aber es gibt immer den richtigen Gast für jeden Wein. Heute obliegt es uns, »die Karte lesen zu können, um unsere Gäste glücklich zu machen.«

Wenn Sie nur drei Weine auf eine Karte setzen dürfen, welche wären das?
 Eigentlich könnte ich das nicht. Aber wahrscheinlich ein »Großes Gewächs«, einen großen Burgunder und einen französischen Edelriesling.

Wie kam es zu der Idee, die Karte jedes Jahr als Buch zu drucken?
 Vor zwei Jahren hatte ich den Wunsch, eine Weinkarte zu schreiben, die eine gewisse Konsistenz anstrebt. Da die erste Karte wieder noch von Hand gedruckt und gebunden. Letzter wäre das auf die Dauer gänzlich unrentabel geworden, da wir unsere Karte jährlich zweimal erneuern. Pro Auflage gibt es zehn Exemplare, welche nachträglich für 60 Euro verkauft werden, um die 50-große Auflage zu finanzieren. Sie wird von Menschen und Weinstadlern gekauft, die zwar kein Mitglied sind sich eine Erinnerung beschaffen möchten.

Ihre Weinkarte in Dresden ist natürlich auch ein Schaufenster für die Weine aus Sachsen und Saale-Unstrut. Werden diese von Ihren Gästen oft bestellt?

Entzückenderweise werden Weine aus Mitteldeutschland sehr selten bestellt. Viele Gäste genießen die Weine der Region viel lieber vor Ort bei den Winzern selbst. Dennoch haben wir die weißtöpinen Jahrgangsbefehle bei den führenden Winzern und Bänden erstanden, wenn andere Winzer oder Importeure Weinbestände auf diese zurückgreifen würden.

Wie würden Sie die Dresdner Weinszene beschreiben?
 Als sehr jung, offen, unvoreingenommen, geschmacklich offen, ungebunden, innovativ, natürlich, preisgefühlt und besonders geschmacklich kritisch national oder internationalen Trends unterworfen und neuem ist.

Wird in Dresden anders getrunken als in Berlin, München oder Köln?
 Es wird das Gleiche getrunken – nur ein wenig später, puristischer, subversiver und erhaltener. Dresdler sind aber weniger reifen, sondern geschmacksextraktierter.

Und was trinken Sie selbst am liebsten? Nennen Sie ebenfalls den Laden abgesehen haben?
 Es ist oftmals die Vielzahl der Probeflaschen, die es aufzubereiten gilt. Insbesondere Silesen muss je jeder Reif haben Gackl.

Interview: Carsten Papp

Kontakt Daten

WeinKulturBar (Di-So 16-23 Uhr)
 05277 Dresden-Striesen
 Wittenberger Straße 66
 Tel (05 31) 5 15 79 17
 silvio@weinkulturbar.de
 www.weinkulturbar.de



Publikation:
Mixology 01/2021

Stichworte:

Neue Glasdesigns von Zieher Selection - Suppe oder Straight-Up

Produkt:

Vision

Zitat:

„...vorerst richtet sich eine bauchige Coupette namens „Nostalgic“ direkt an die Bar...“



Publikation:
Genuss professional 06/2019
Rubrik:
Nachgefragt
Stichworte:
Interview DZ
Zitat:

„Das unverwechselbare Design ... ist aus den Luxushotels und Restaurants der Welt nicht wegzudenken“

Nachgefragt

Gefragt wie nie: Extravaganz, Zuverlässigkeit und Qualität



Dominik Zieher
Mitgestalter bei Zieher

Zieher steht für innovatives Design im Tabletop- und Buffettbereich. Das unverwechselbare Design der Marke ist aus den Luxushotels und -Restaurants dieser Welt nicht wegzudenken – und als „Zieher Selection“ mittlerweile auch für Endverbraucher verfügbar. GENUSS PROFESSIONAL fragte dazu nach bei Dominik Zieher, Mitgestalter bei Zieher.

Fast schon ein Klassiker:
Serie „Vision“



GENUSS PROFESSIONAL: Herr Zieher, die „Zieher Selection“ besteht aus einer kleinen Auswahl innovativer Produkte. Wie machen Sie diese dem designorientierten Endverbraucher mit Sinn für das Besondere zugänglich?

Dominik Zieher: Wir konzentrieren uns auf unsere Weinglasserie „Vision“ und gehen deshalb mit klarem Fokus vor: wenig Produkte, mit einer klaren Aussage und Mehrwert. Unser Design ist einzigartig und spricht Weinliebhaber an, die offen für Neues sind und auch bereit, dafür etwas mehr zu investieren. Unsere Linie ist außergewöhnlich, hat einen Premiumanspruch und wird auch nur an selektive Handelspartner vergeben.

GENUSS PROFESSIONAL: Wie wird die Marke mit der langen Erfahrung aus dem Profibereich im Fachhandel angenommen?

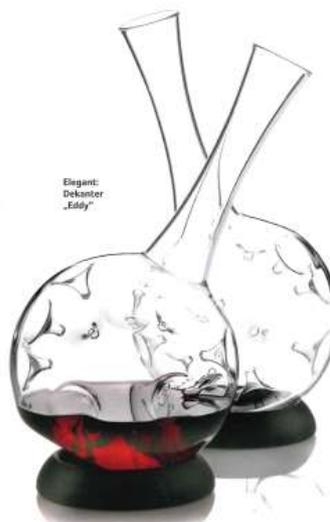
Dominik Zieher: Unsere Werte wie Extravaganz, Zuverlässigkeit und Qualität sind gerade im Fachhandel gefragt wie nie. Wir bekommen von vielen Fachhändlern offene Ohren, Gesprächszeit und – was dann am Ende zählt – die Entscheidung, unsere Kollektion aufzunehmen. Das ist in diesem Jahr besonders gut gelungen.

GENUSS PROFESSIONAL: Kommt Ihr selektiver Premiumansatz bei potenziellen Neukunden aus dem gehobenen Einzelhandel gut an? Findet sich Zieher schon an vielen Orten am PoS?



Seine ganz besondere Form zeichnet das Weinglas „Vision“ aus.

© 2019 Zieher



Elegant:
Dekanter
„Eddy“

und austauschen. Unsere Kunden können die Weinglasserie „Vision“ multimedial erleben. Es gibt auch ein Video über die aufwändige Herstellung in einer der besten Glasbläsereien der Welt. Neben den eigenen Social Media Kanälen wird der Austausch mit Experten in Foren und Blogs gepflegt.

Unsere Partner in der Spitzengastronomie und in renommierten Weinbars empfehlen die Weingläser gerne weiter. Auf exklusiven Veranstaltungen können die Weingläser erlbt und hochwertige Weine verkostet werden.

Alle Maßnahmen sind darauf gerichtet, das Kaufinteresse des Kunden maximal zu wecken. Unsere Partner im Fachhandel können dann den Endkunden final beraten, den Verkauf der Gläser übernehmen und die neuen Fans der Serie „Vision“ als Stammkunden weiterführen.

Dominik Zieher: Wir machen ganz klar den Schulterschluss mit dem gehobenen Fachhandel. Nur dort werden Produkte inszeniert und Kunden qualifiziert beraten. Dort kann unsere Marke ihre Strahlkraft entwickeln und zahl auf das Image des Handelspartners ein. Deshalb sind wir auch stolz, dass einige wichtige Meinungsmacher dieser Branche mit uns zusammenarbeiten wie beispielsweise Franzen in Düsseldorf, KaDeWe in Berlin, Lorey in Frankfurt sowie Weitz in Hamburg.

GENUSS PROFESSIONAL: Wie unterstützt Zieher den Fachhandel beim Verkauf? Bieten Sie beispielsweise PoS-Material wie Aufsteller oder Flyer an?

Dominik Zieher: Unsere Hausaufgaben haben wir gemacht. Die Grundausstattung mit hochwertiger Verkaufsverpackung, attraktiven Geschenksets, Broschüren und Flyer für die Beratung des Kunden sind vorhanden und nach Aussage unserer Kunden optimal gestaltet. Wir unterstützen Werbemaßnahmen unserer Partner und bieten ein Sorglos-Paket für exklusive Weinverkostungen, die einen hohen Erlebniswert für die Kunden haben und den Absatz fördern.

GENUSS PROFESSIONAL: Wie regt Zieher das Interesse des Endkunden an?
Dominik Zieher: Zieher ist überall dort aktiv, wo sich Weinliebhaber informieren



Starke Unterstützung für den PoS

Publikation:
 Falstaff profi 02/19
 Rubrik:
 Tests
 Stichworte:
 Gläser-Check
 Produkt:
 Vision
 Zitat:
 „Unverwechselbares, edles Design“




Zieher

Standfeste Gläser mit eingestochenerem Boden beim Stielansatz. Unverwechselbares, edles Design. Optimal für Wein, die Linie «Straight» zeigt sich als Ideal für Champagner. www.zieher.com

- 1 **Straight:** h: 270 mm, ø 90 mm, 540 ml, ca. 115 g, mundgeblasen, € 46,45
- 2 **Balanced:** h: 250 mm, ø 120 mm, 650 ml, ca. 150 g, mundgeblasen, € 51,95
- 3 **Intense:** h: 280 mm, ø 105 mm, 640 ml, ca. 135 g, mundgeblasen, € 40,95
- 4 **Fresh:** h: 240 mm, ø 80 mm, 340 ml, ca. 105 g, mundgeblasen, € 42,95



Publikation:
 Genuss pur 03/19
 Rubrik:
 Weinbars
 Stichworte:
 Dieses Glas macht Spaß!
 Produkt:
 Vision
 Zitat:
 „Vision ist nicht die Revolution – es ist die Evolution der Weingläser.“



Bis vor kurzem hat man sich beim Weinglas lediglich auf den Geschmack- und Aromatransport konzentriert. Dabei unterliegt mindestens 70 Prozent der bewussten und unbewussten Wahrnehmung der visuellen Empfindung. Bei üblichen Gläsern erblickt der Weintrinker nur die Oberfläche des Weines. Mit „Vision“ kann man quasi in sein Inneres blicken, da das Glas die historische Tulpenform aufbricht. Gläser sollen das Spiel von Glas und Wein nicht verkomplizieren, sondern intuitive Freude bereiten, deshalb gibt es hier keine Weiß- oder Rotweingläser, sondern lediglich Themen- oder besser Charaktergläser. „Vision“ ist nicht die Revolution – es ist die Evolution der Weingläser. (ZIEHER, Glasserie „Vision“, ab circa 38 € pro Glas) → www.zieher.com

Dieses Glas macht Spaß!



Mit „Vision“ lässt sich ins Innere des Weines blicken.

Publikation:
 Trinktime 03/2018
 Produkt:
 Eddy
 Stichworte:
 Damit Wein atmen kann

Damit Wein atmen kann

Entgegen der meisten auf dem Markt befindlichen Dekantiergefäße, ist der Rohstoff von „Eddy“ aus dem Hause Zieher kein Kristall-, sondern Borosilikatglas. Dieses Glas, das sich durch seine Blasenfreiheit sowie Transparenz und Härte auszeichnet, ist Voraussetzung für die Realisierung der nach innen gerichteten Verwirbelungskörper. Sie erzeugen im Zusammenspiel mit Licht und dem enthaltenen Wein interessante Farbspiegelungen und formale, fast grafische Effekte. Einmal in diesem Texturstimulator kreisend, durchläuft der Wein aufgrund der tausendfachen Verwirbelungen an den kegelförmigen Einbuchtungen eine Entwicklung, die in ihm ein mehrstündiges Oxidationsverhalten binnen weniger Sekunden aufbaut. Das Volumen des Dekanters wurde so dimensioniert, dass bei einer Befüllung von bis zu 1,5 l eine möglichst große Oberfläche des Weines entsteht. Der Dekanter steht aufgrund des abgeflachten Bodens sicher und gerade, eine optional erhältliche Basis aus mattschwarzem Silikon ermöglicht zudem auch eine schräge Positionierung. www.zieher.com



3/2018 **TRINK** 9

Publikation:
Möbelkultur 06/2018
Rubrik:
News
Produkt:
Vision
Stichworte:
New York Times

[NEWS](#) [SHOWCASE](#) [BILDER](#) [MAGAZINE](#) [BÜCHER](#) [EVENTS](#) [JOBPORTAL](#) [SERVICE](#)

[Home](#) / [News](#) / [Zwei kleine Artikel, große Wirkung](#)

Werden Sie Bareissianer
Wir freuen uns auf Sie!

The New York Times

Wine Glasses With Style and Function

**WARUM GARANT-PARTNER
RUHIGER SCHLAFEN.**

Das kostenlose Online-Marketing-Paket:
Planung, Durchführung, Erfolgskontrolle
aus einer Hand. Jetzt informieren!

22.6.2018, 10:22:00

ZIEHER

Kleiner Artikel, große Wirkung

Günter Seeger NY – eines der derzeit angesagtesten Spitzen-Restaurants in New York, genauer gesagt im West Village in Manhattan. Der Deutsche Inhaber und Koch, Günter Seeger, hat sich dort verwirklicht und bietet der Upper-Class seine kulinarischen Kreationen (1 Michelin-Stern) mit ausgelesenen Weinen. Die passenden Gläser kommen aus Deutschland, von Zieher. Bisher nichts Ungewöhnliches. Bis zu dem Zeitpunkt, als die „New York Times“ einen Bericht über das Sterne-Lokal veröffentlicht – inklusive eines kurzen Absatzes zu den besagten Gläsern mit Bezugsquelle.

„Wir haben uns gewundert, warum der Absatz in den USA so stark steigt. Der Umsatz in den Vereinigten Staaten läuft über einen Händler und hat sich bei unseren „Vision“-Gläsern verdoppelt. Bis wir auf den kleinen Artikel in der ‚New York Times‘ gestoßen sind“, erklärt Dominik Zieher, designerter Geschäftsführer. Was ein kleiner Artikel für eine große Wirkung haben kann, ist für den Hersteller kaum zu glauben. Aber in den USA ist ja fast alles möglich.

Und auch in Deutschland hat sich die Geschichte verbreitet – ein besseres Marketing gibt's ja kaum: „Wir haben den Artikel von der Homepage der ‚New York Times‘ auf unserer Facebook-Seite geteilt. Dort wurde er von 7.395 Personen gesehen und 35-mal geteilt. Dazu kommen 499 LinkedIn Impressionen“, so Zieher weiter.

Jedes „Vision“-Glas ist ein Unikat und wird aus kristallinem Glas ohne Zusatz von Blei in traditionellem Verfahren mundgeblasen gefertigt. Neben dem außergewöhnlichen Design mit wellenförmigen Glasboden, garantiert der Hersteller mit der Serie „Vision“ eine maximale Aromenpräsenz.

DEINER WITTE TEILUN

Die Top-Klicks der letzten 7 Tage

- 1** KIKALÄINER
Das ist der neue Eigentümer
- 2** TESSNER GRUPPE
Personelle Weichenstellungen – Nächste Generation rückt in die Holding nach
- 3** KIKALÄINER
Verkauft!
- 4** MÖBEL KULTUR EXKLUSIV
Das große Update der Verbände 2018
- 5** M & O MÖBEL & OBJEKT
Insolvenzantrag, aber der Geschäftsbetrieb läuft weiter

möbel kultur 04/18

ONLINE

Publikation:
 FAZ 20.02.2021
 Titel:
 Besondere Weingläser
 Rubrik:
 Aktuell/Rhein-Main
 Produkt:
 Vision
 Zitat:

„...so dass die Weine (...) intensiver als in einem herkömmlichen Glas belüftet werden und sich die Aromen deutlich besser entfalten können“

Manche Produzenten setzen dabei auf aufgerauhtes Glas, andere wie etwa die Glashütte Eisch auf geheime Verfahren bei der Glasschmelze. Das oberfränkische Familienunternehmen Zieher baut bei seiner Linie „Vision“ dagegen auf ein besonderes Design: Der Boden der extrem dünnwandigen, mundeblasenen und zwischen 35 und 50 Euro teuren Kelche ist am Rande jeweils vertieft und in der Mitte erhaben, so dass die Weine, die man aus ihnen trinkt, beim Einschenken und Schwenken **intensiver als in einem herkömmlichen Glas belüftet werden und sich die Aromen deutlich besser entfalten können**. Diese Eigenschaften schreiben viele Produzenten ihren Gläsern zu – bei den Zieher-Kelchen sind sie aber **wirklich spürbar**.

Frankfurter Allgemeine | 17.02.2021 • Aktualisiert: 20.02.2021, 19:54 Uhr
<https://www.faz.net/-gsg-8q3p>

„Winewings“
Flügel für den Wein

Schmeckt ein Wein unterschiedlich aus verschiedenen Weingläsern? Die „Winewings“ von Riedel haben jedenfalls mehr zu bieten als konventionelle Gläser.

von PETER BADENHOP



Erstaunliche Aromen-Entfaltung: die „Winewings“-Serie von Riedel © Riedel

Kennen Sie den Film „The Blues Brothers“? Mit John Belushi und Dan Aykroyd als Musiker-Brüderpaar in den Hauptrollen? Darin gibt es eine herrliche Klamauk-Szene in einem Gourmet-Restaurant, in dem die beiden sich danebennehmen, um den Maitre, ihren alten Bandkollegen Alan Rubin alias „Mr. Fabulous“, dazu zu bringen, wieder mit ihnen zu spielen. Sie behalten ihre Hüte und Sonnenbrillen auf, lassen sich Krabben und Champus kommen, schlürfen und schmatzen, und auf den entsetzten Einwurf des Sommeliers „Sir, das falsche Glas“ gibt Elwood mit vollem Mund unwirsch zu verstehen, der gute Mann möge doch endlich einschenken.

Das ist zum Schreien komisch – und bringt uns zu der Frage: Gibt es das wirklich, das falsche Glas? Oder das richtige? Oder ist das nur manierierte Etikette? Schmeckt ein Wein – oder in diesem Fall Champagner – aus unterschiedlichen Gläsern tatsächlich unterschiedlich? Oder kann man ihn am Ende auch aus einem Wasserglas trinken? Und wenn das so ist, warum gibt es dann überhaupt spezielle Burgunder-, Bordeaux-, Riesling- und Sherry-Gläser?

Auch die letzte Aromen-Nuance herauskitzeln

Wenn man Winzer und Sommeliers fragt, dann weisen sie fast ohne Ausnahme darauf hin, dass die Form des Glases sehr wohl einen Einfluss auf den Geruch und den Geschmack eines Weines hat. Einen großen sogar. Und das sagen natürlich auch die Hersteller edler Glasware,

die jede Menge Varianten in Aussehen, Material und Qualität vom maschinell gefertigten Universalglas bis zum mundeblasenen Glaskunstwerk anbieten und ständig die Formen und Oberflächen ihrer Produkte optimieren, um auch noch die letzte Aromen-Nuance herauszukitzeln.

Manche Produzenten setzen dabei auf aufgerauhtes Glas, andere wie etwa die Glashütte Eisch auf geheime Verfahren bei der Glasschmelze. Das oberfränkische Familienunternehmen Zieher baut bei seiner Linie „Vision“ dagegen auf ein besonderes Design: Der Boden der extrem dünnwandigen, mundeblasenen und zwischen 35 und 50 Euro teuren Kelche ist am Rande jeweils vertieft und in der Mitte erhaben, so dass die Weine, die man aus ihnen trinkt, beim Einschenken und Schwenken intensiver als in einem herkömmlichen Glas belüftet werden und sich die Aromen deutlich besser entfalten können. Diese Eigenschaften schreiben viele Produzenten ihren Gläsern zu – bei den Zieher-Kelchen sind sie aber wirklich spürbar.

Viel Aroma durch eine besonders bauchige Form

Noch klarer entfaltet sich der Unterschied zu Standardgläsern nur noch bei der „Winewings“-Serie der Kufsteiner Traditionsmarke Riedel – und das zu deutlich geringeren Preisen von um die 25 Euro je Glas. Die sieben Modelle der Reihe – drei für Weißweine, drei für Rotweine und eins für Schaumweine – zeichnen sich durch einen flachen, weiten Boden und eine direkt darüber liegende Wölbung aus. So erhalten die Gläser eine besonders bauchige Form, durch die laut Hersteller die Verdunstung des Weines und so die Aromen-Entfaltung verstärkt werden. Das klingt vielleicht ein wenig theoretisch, hat in der Praxis aber einen erstaunlichen Effekt. Im Vergleich zur Verkostung aus konventionellen Gläsern zeigen die Weine aus den „Winewings“-Gläsern in der Nase viel mehr Tiefe und Komplexität und präsentieren sich so auch im Mund vielschichtiger und prägnanter.

Ob es für dieses bemerkenswerte Wein-Tuning dann auch für die verschiedenen Rebsorten unterschiedliche Gläser sein müssen, muss jeder Weintrinker selbst entscheiden. Wir haben bei der Probe im kleinen Kreis von Weinfreunden mitunter nur sehr feine Unterschiede bemerkt – den „Winewings“ aber insgesamt eine ungeahnte Steigerung und Intensivierung des Genusses bescheinigt. So gesehen, gibt es vielleicht für einen Wein nicht unbedingt „das falsche Glas“. Das richtige aber auf jeden Fall.

Quelle: F.A.Z.

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH 2021-2021
 Alle Rechte vorbehalten.

Publikation:
 Newsletter Tischgespräch.de Dezember 2020
 Titel:
 Überzeugt verkaufen, weil erlebt
 Produkt:
 Vision
 Thema:
 Selektiver Fachhandel

Hartmut Kamphausen • Invalid Date • 3 Min. Lesezeit

Überzeugt verkaufen, weil erlebt

- HINTERGRUND -

Der Gastro-Spezialist Zieher erarbeitet sich mit einem ausgesuchten Sortiment von exklusiven Weingläsern und Dekantern Marktanteile im B2C-Geschäft. Über die Strategie und die Möglichkeiten und Chancen der aktuellen Situation sprachen wir mit Stefan Richard, der als Sales Manager Retail beim Unternehmen den Ausbau des Endkundengeschäftes verantwortet.

Sie haben bereits vor der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Schließungen der Gastronomie den B2C-Bereich auf- und ausgebaut. Erweist sich die Strategie jetzt als gut?

Richard: Und wie! Wir hatten zwar bei unseren Planungen für die Entwicklung unserer Marke im Handel diese Pandemie nicht in Sicht, denn wir haben den Weg ja schon seit 2016 beschritten. Von Anfang an haben wir uns auf die Bedürfnisse der Kunden im gehobenen Bereich konzentriert, vor allem Premium und die haben unser Angebot auch angenommen.

Und die Nebenwirkungen in der Pandemie-Zeit – mehr Zeit zu Hause, weniger Reisen, auch mehr Genuss zu Hause, hatten national und international einfach positive Auswirkungen auf den Verkauf unserer wenigen aber fokussierten Produkte für den Wein-Liebhaber.

Somit war die Pandemie für unsere geschäftliche Entwicklung tatsächlich ein Beschleuniger – im positiven Sinne.



Stefan Richard ist bei Zieher
veta



Tasting zu Hause: Via Skype, Zoom oder YouTube-Event gibt sich der Sommelier Silvio Nitzsche Tipps und schult nach die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Handels. Foto: Zieher

Insbesondere bei den Gläsern ist das sensorische Erleben ein wichtiger Faktor für den Kauf der Produkte durch Konsumentinnen und Konsumenten. Wie lösen Sie diese Herausforderung bei den derzeit eingeschränkten Möglichkeiten, Produkte im Fachhandel vorzuführen?

Richard: Ja, das ist schon eine Herausforderung. Gerade Verkostungen im Handel sind auch bei Kunden beliebt und führen schnell zu überzeugenden Momenten, die den Kauf auslösen. Aber: wir verlagern diese Verkostung zum Endkunden nach Hause. Durch eine geschickte Kombination aus Testgläsern, ausgewählten Weinen, die der Kunde dann zu Hause im Wohnzimmer hat, und die Live-Zuschaltung des Sommeliers Silvio Nitzsche, unserem Mit-Entwickler der Gläser, via Zoom, Skype oder YouTube-Event, bringen wir dem Endkunden das Besondere unserer Gläser mit dem Wein ganz entspannt in sein Wohnzimmer.

Über diesen Weg haben wir übrigens auch einiges Personal aus dem Fachhandel schulen können.

Publikation:
Captain Cork Newsletter 15. September 2020

Titel:
O du mein lieber Abendwein!

Produkt:

Vision

Zitat:

„Der Captain trank ... und war fasziniert von den sensorischen Schattierungen...“

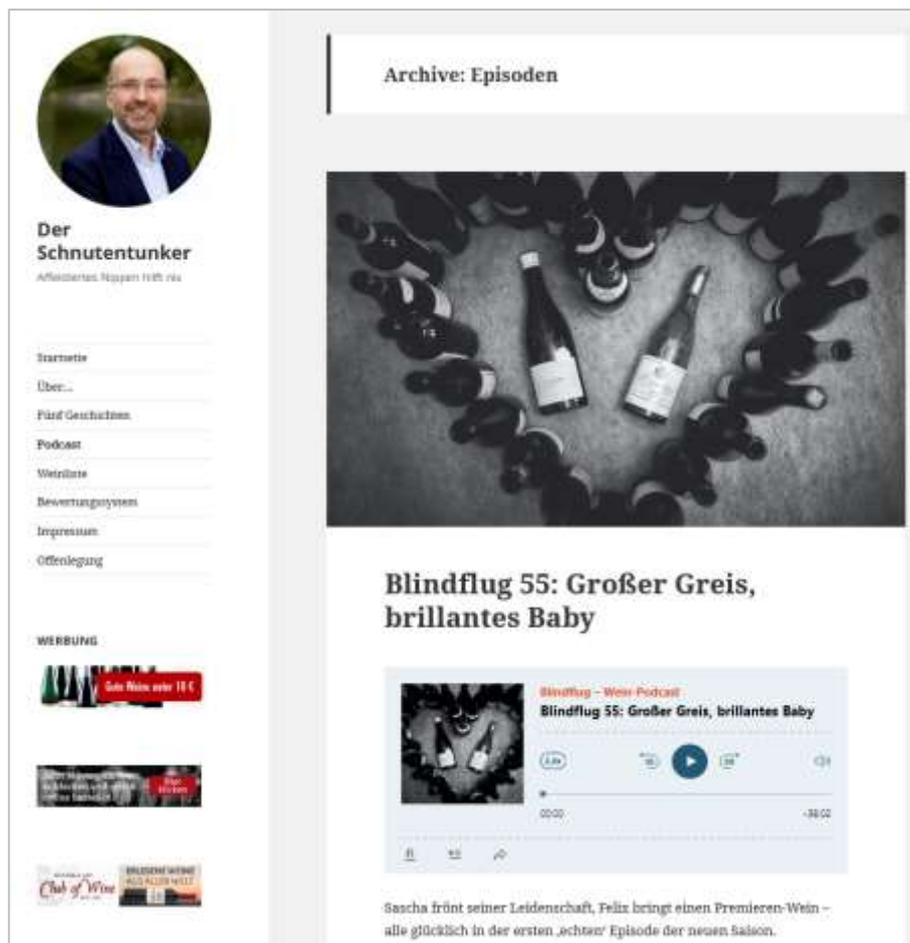


Der Captain trank den italienischen Gaumenstürmer von Molino aus den Gläsern FRESH, INTENSE und BALANCED und war fasziniert von den sensorischen Schattierungen, vor allem in der Nase, die, wie du weißt, erheblichen Einfluss auf die Wahrnehmung im Mund nimmt. Am besten schmeckte dieser Wein im großen, beuchigen BALANCED-Glas, was nicht wirklich überrascht. Wobei im Modell INTENSE seine fruchtige Charakteristik wesentlich deutlicher zur Geltung kam. So kann man sich das Weinvergnügen selbst gestalten. Leider sind die Kelche nicht billig, BALANCED kostet zum Beispiel 52 Euro. Da kommst du mit meinem Abendwein günstiger weg. Hol dir diese Flasche, ist wirklich ein Preis-Leistungs-Bringer, der Spaß macht.



Weintest: Barbera d'Asti Loreto von Molino

Publikation:
 Podcast Schnutentunker September 2020
 www.schnutentunker.de/blindflug
 Rubrik:
 Blindflug 55: Großer Greis, brillantes Baby
 Produkt:
 Vision
 Zitat:
 „Eine echte Alternative“



The screenshot shows the podcast player interface. On the left is a sidebar with a profile picture of a man and the text 'Der Schnutentunker'. The main content area features a large image of wine bottles arranged in a heart shape, with the title 'Blindflug 55: Großer Greis, brillantes Baby' below it. A play button is visible, and a small video player below shows a person holding a glass. At the bottom, there is a short description of the episode.

Archive: Episoden

Blindflug 55: Großer Greis, brillantes Baby

Sascha frönt seiner Leidenschaft, Felix bringt einen Premieren-Wein – alle glücklich in der ersten „echten“ Episode der neuen Saison.

Die letzte Folge war eine Zangengeburt im Hochsommer, um zu verhindern, dass der Östreicher die Grätsche macht. Insofern ist diese Folge eigentlich die echte erste Folge nach der Sommerpause. Doch eigentlich ist das wurscht, denn guten Wein gibt es so oder so. Dazu erzählt Sascha von einem Gläserasting mit den Weingläsern von Zieher. Dazu gibt es hier wie versprochen ein Extra-Foto, in der Hoffnung, dass man die Gläser gut erkennen kann. Das angesprochene Video von Felix mit Sam Hofschuster findet ihr [hier](#).



Publikation:
Zieher Blog - 7.1.2020

Rubrik:

Im Interview: Jan Baum vom „WeinBaum“

Produkt:

Vision

Zitat:

„Die Tischdekoration wirkt deutlich wertiger (...) Durch die Gläser steigern wir also nicht nur das Genusserlebnis (...)“



Im Interview: Jan Baum vom „WeinBaum“

Marc und Jan Baum sind zwei Brüder aus der Eifel mit einer Vorliebe für guten Wein. Gemeinsam führen sie den **WeinBaum**, ein Weinfachgeschäft in Kall in der Eifel. Großvater Johannes Baum hat den Familienbetrieb, einen Getränkefachgroßhandel, 1956 gegründet und zusammen mit seiner Ehefrau aufgebaut. Seine Familie führt den Großhandel weiter und hat vor 10 Jahren außerdem den WeinBaum etabliert. Der Weinhandel mit dem Fokus auf dem Ladengeschäft wird von Marc und Jan ständig weiterentwickelt. Dabei spielen auch moderne Kommunikationskanäle und der **Webshop** eine immer wichtigere Rolle. Beim Einkauf im Stammhaus in Kall und vor allem bei den privaten und offenen Weinabenden können Kunden edle Tropfen in unseren Gläsern Straight, Intense und Balanced verkosten. Wir haben mit Jan Baum, geprüfter Sommelier und WSET Level 3 Absolvent, über seine Passion gesprochen!



Blick ins Ladengeschäft „WeinBaum“ in Kall in der Eifel

Was fasziniert Sie an Ihrem Beruf und was macht für Sie den WeinBaum aus?

An unserem Beruf als Weinhändler fasziniert uns die Abwechslung bei der tagtäglichen Arbeit mit unserem liebsten Genussmittel. Außerdem erfüllt es uns, als Verbindung zwischen Winzern und Weinliebhabern dort tätig zu sein, wo natürliches Handwerk auf guten Geschmack trifft. Das Besondere am WeinBaum ist die persönliche und familiäre Beratung, das schöne Ladengeschäft sowie der unkomplizierte und wertschätzende Umgang mit Wein.

Welche Rolle spielen Social Media & ein Webshop neben dem klassischen Ladengeschäft in Kall in der Eifel für Sie?

Social Media spielt für uns eine wichtige Rolle, um mit möglichst vielen unserer Kunden in regelmäßigem Austausch zu stehen. Dabei ist es für uns wichtig, den Fokus auf qualitative und persönliche Beiträge mit bewusster Häufigkeit zu legen. Der Onlineshop ist ein neues Projekt für den WeinBaum. Für uns steht der direkte Kundenkontakt in unserem Stammhaus an erster Stelle. Gleichzeitig sehen wir im Onlinehandel viel Potential und bemühen uns, auch in der digitalen Welt so authentisch und persönlich wie möglich zu agieren.

Sie haben seit Kurzem unsere prämierten Vision Gläser im Sortiment. Wie reagieren Kunden (bei Weinproben) auf die extravaganen Gläser?

Wir setzen die Gläser Straight, Intense und Balanced der VISION-Serie in unseren Weinproben ein, sowohl im WeinBaum als auch bei den kulinarischen Weinabenden in der Gastronomie. Dadurch heben wir die Qualität der Verkostungen enorm. Nicht nur die Tischdekoration wirkt deutlich wertiger. Die Weinfreunde haben viel Spaß daran aus den Gläsern zu verkosten und diskutieren viel über unsere Auswahl entsprechend der Weinstilistiken. Durch die Gläser steigern wir also nicht nur das Genusserlebnis auf den Weinproben, sondern motivieren die Gäste zu einem Austausch über die verschiedenen Weincharaktere.

Bei Vision gibt es keine Weiß- oder Rotweingläser, vielmehr Themen- oder Charaktergläser. Was halten Sie als Profi von unserer etwas anderen Klassifikation?

Wir sind totaler Fan von dieser Klassifikation. Wie auch beim Wein selbst, denken wir ungerne in festgelegten Schablonen und konzentrieren uns bei der Empfehlung auf das einzelne Produkt für den passenden Moment. Durch die Auswahl nach dem Charakter gewinnt der Weinliebhaber viel Flexibilität bei der Gläserwahl. Wir gehen sogar so weit, dass man für einen Wein verschiedene Gläser wählen kann – je nach Stimmungslage und welchen Charakterzug ich dabei betonen möchte. Diese Freiheit bietet viele Vorzüge beim bewussten Weingenuss.

Sie bieten das ganze Jahr über Weinproben und Weinabende an. Wann kann ich beim WeinBaum am besten in Ruhe die Vision-Range testen?

Bei uns können Sie jederzeit in unserem Stammhaus in Kall vorbeischaun und die VISION-Gläser testen. Unter der Woche von 10-19 Uhr und samstags von 10-16 Uhr. Wenn Sie etwas mehr Zeit mitbringen und besondere Genussmomente erleben möchten, würden wir uns freuen, Sie bei einer unserer Weinproben mit den VISION-Gläsern begrüßen zu dürfen.

Danke für das Interview!

Fotos: WeinBaum

Publikation:
 Fein & Fabelhaft (Blog) - 19.7.2019
 Rubrik:
 Zuhause & Unterwegs
 Produkt:
 Vision
 Stichworte:
 Wein in neuen Gläsern

LEIN & fabelhaft

FOOD + STYLE + TRAVEL + LIVING + ABOUT US CONTACT US WORK WITH US

ZUHAUSE & UNTERWEGS: WEIN IN SÜDTIROL UND IN NEUEN GLÄSERN

BY MAGDALENA / 19. JULI 2019

WEIN, GENUSS, DESIGN UND DIE FABELHAFTE GLASSERIE VON ZIEHER



FEIN

* enthält Werbung für Zieher

Nachdem ich euch in meinem diesjährigen Balkonbeitrag schon etwas über unseren letzten Wein und Genussurlaub in Südtirol verraten habe gibt es heute auch ein paar Bilder dazu. Im Zusammenhang mit Südtirol, Genuss, Wein und Weinbau passt auch die Gläser Serie von Zieher ganz hervorragend.

ARCHIVE

MONAT AUSWÄHLEN

ABOUT



NEUE BEITRÄGE

Ein Boxspringbett zwei Looks: kuschelig und skandinavisch

Nordic Cosy trifft Greenery

Wein und Käse im Herbst

Ein Boxspringbett zwei Looks: opulent und herbstlich

Spätsommer Rezept: Blaubeertarte

FOLLOW US



Publikation:
 Der Weinsnob (Blog) 22.04.019
 Rubrik:
 Wein News
 Produkt:
 Vision
 Zitat:
 „Die wahrscheinlich besten Gläser der Welt“

DER WEINSNOB

WEIN

Weingläser von Zieher: Die wahrscheinlich besten Gläser der Welt

Written by Weinsnob • 7. April 2019 • in Wein-News

Ja, die Headline sagt eigentlich schon alles: Ich bin ein Fan! Die Gläser von Zieher sind in jeder Hinsicht überzeugend. Sie fallen allerdings auch über Preis. Was sie besonders macht? Für was lohnen sich die Weingläser von Zieher? Das alles und vieles mehr in diesem Beitrag.

Weingläser von Zieher: Was macht sie aus?

Eine von Kurzwort habe ich auf diesem Weintag **weingläser getestet**. Doch keines der Gläser kam in Sachen Qualität und Design an die Weingläser von Zieher heran. Das will was heißen. Schlussendlich wurden einige Marken wie Wilkley & Goch, Leonardo und Spiegelau hoch eingeschätzt. Doch Zieher lässt alle hinter sich.



Ich habe das Rieslingglas "Balanced" getestet. Warum? Weil ich mehr Rot- als Weißwein trinke. Was hat mir besonders gefallen? Zu fast nichts! Wahrscheinlich...

- Weingläser von Zieher sind leicht und lassen sich wegstecken
- Das Design mit dem dünnen Stiel ist einzigartig
- Jedes Glas ist ein Unikat aus Kristallglas
- Das Material ist absolut hochwertig. Für die Herstellung wurde ganz auf den Zusatz von Blei verzichtet



Mein besonderes Highlight ist aber das fantastische Design. Als Weinliebhaber bin ich die auf irgendeinem, alle Anwesen im Wein zu besuchen. Und genau dies wird vom außergewöhnlichen Design der Zieher Gläser unterstützt.

Esobwohl gibt es natürlich eine ideale Wirkung. Stellt man das Rieslingglas von Zieher in der Hand, wird der Wein optimaler. Die Weinreife und das Aroma wird sich schneller freisetzen. Das ist aber nicht der einzige Grund, warum ich mir diese Gläser von Zieher, dass es so viele junge Weine nicht mehr kauft. Was kann also genau auf dem Markt sein? Weinsnob hat es getestet.



Für wen lohnen sich Weingläser von Zieher?

Klar, welches Preis von über 100 Euro für ein Set, das die Weingläser von Zieher nicht geschmeckt. Sie eignen sich aber nicht für alle Weinliebhaber.

Das Rieslingglas "Balanced" eignet sich besonders für:

- Weinliebhaber, die das Maximum-Geschmacksniveau wollen
- Sammler
- Jede Art von Weingläser
- Alle die sich nur das Beste leisten können

Für alle die ihre Zieher Weingläser ab sofort über all Weinreife trinken, bevor die die Annehmlichkeit Weingläser. Am Ende des Tages möchte man so hochwertige Gläser zu einem nicht kaputt machen.

Weinglas "Balanced" - Factsheet

- Preis für 2 Gläser: 100,00 Euro
- Glas im Set 2
- Rieslingglas und Rotglas
- Material: Kristallglas

Die Weingläser von Zieher gibt es [in jedem Weinhandel](#).

[Mehr Informationen über Zieher](#)

INTERNATIONAL



Publikation:
Melimelo & Wine 03.11.2020 - un verre pour déguster vos super cuvées
www.melimelowine.com/post/les-verres-zieher

Produkt:
Zieher Vision

Zitat:
"Zieher Vision ... Un petit bijou"



Des verres non adaptés ne permettent pas de révéler l'essence même du vin. Vous l'aurez compris pas de comparaison possible entre un verre à moutarde et un verre cristallin. L'ouverture est bien trop grande et ne permet pas de révéler l'essence du vin. Vous pourriez passer à côté d'un super moment !



Dans la famille Zieher, je retrouve la gamme Vision. Ces verres sont sortis de l'imagination de Silvio Nitzsche dans lequel l'oxygénation prend toute son importance. Pour vous présenter rapidement le portrait de Silvio: il a été élu en 2018 comme l'un des 10 meilleurs sommeliers en Allemagne par le magazine «Der Feinschmecker» et a travaillé dans les meilleures tables Michelin.

Chaque verre de la gamme Vision est unique et issu d'un savoir-faire de haute-qualité avec un verre cristallin sans plomb et soufflé à la bouche. Un petit bijou ! Vous découvrirez sur cette vidéo le degré de perfection de la marque. De la haute voltige :



Zieher a une vision simple qui met l'accent sur un développement des arômes maximum. C'est à vous de choisir celui qui vous convient car ici pas de distinction faite entre les vins blancs et les vins rouges.



La forme du fond avec les vagues permet de créer un tourbillon à la base du calice et de garantir le développement maximum des arômes.

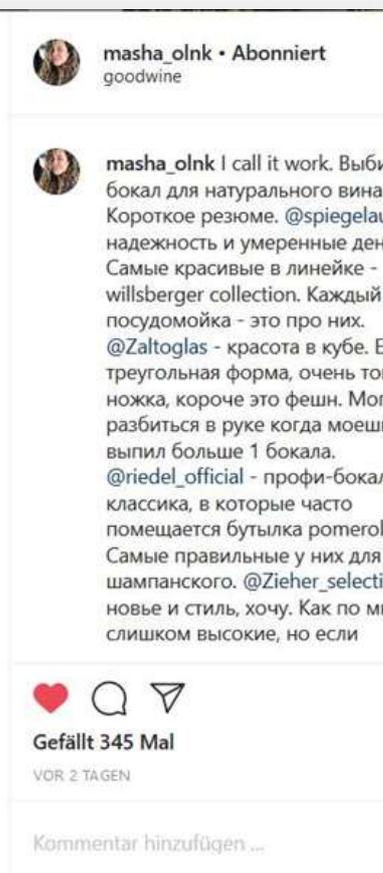
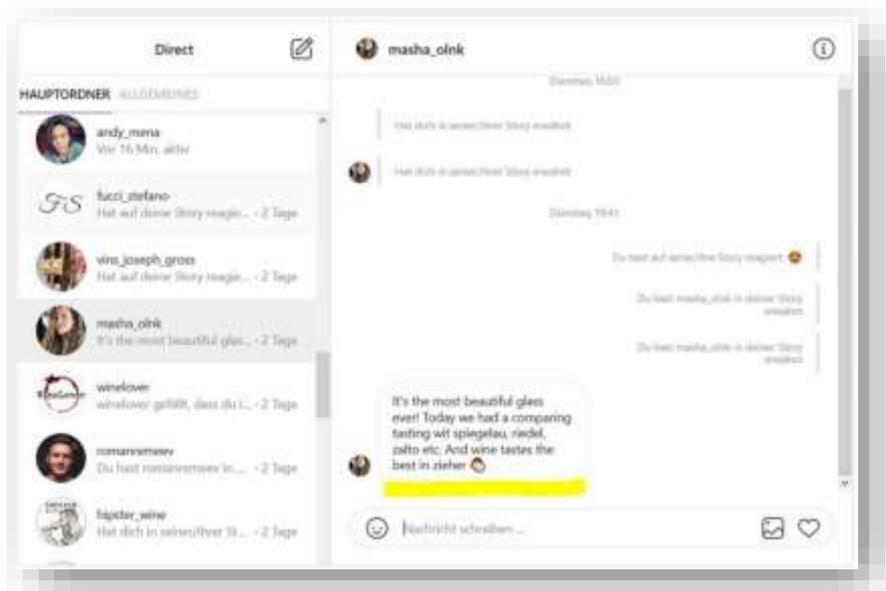
On s'émerveille également de leur forme qui capte très bien la lumière. Vous ne pourrez plus détacher votre regard. En plus, si vous faites une petite soirée, vous ne pourrez qu'épater vos convives. Le must have !

Qu'on se le dise la finesse est un critère déterminant pour apprécier le vin. Plus il est fin, plus le verre se fera oublier sur les lèvres. Attention au maledroit, car seul petit bémol, ils sont très fragiles et moins résistants par rapport aux verres traditionnels, alors à utiliser avec précaution. Cela serait quand même bien dommage qu'ils finissent dans le poubelle. Petit conseil : nettoyez vos verres le lendemain de soirée et pas avant de vous coucher !

Publikation:
Goodwine RUS 20.05.2020 - I call it work

Produkt:
Zieher Vision

Zitat:
„Today we had a comparing tasting And wine tastes the best in Zieher“



Publikation:
 Wine & Spirit Guide RUS 03/2020
 Produkt:
 Zieher Vision
 Zitat:
 Zieher: Dekantieren im Glas



ZIEHER: ДЕКАНТАЦИЯ В БОКАЛЕ



**БОКАЛ INTENSE
 ДЛЯ ВИНА
 540 МЛ**
 для богатого и насыщенного красного и белого вина, для шампанского, белого и красного вина, молодого и среднего возраста вин из Бордо

Немецкие Бокалы Zieher создаются в одной из самых инновационных и лучших мастерских по выдуванию стекла в мире. Каждый Бокал - единственный в своем роде, изготавливается из бесцветного кристаллического стекла с использованием традиционного метода задувания вручную. Наряду с современным, очень сложным и уникальным дизайном, Бокалы из серии VISION позволяют максимально раскрыться аромату и дать вину развиться, а игра света и визуальная глубина вино приобретает взгляд!

Удивительно, но создание бокалов не зависит от типа вина, скорее, по характеру, и дает им название. Благодаря характеру вы интуитивно выберете нужный вам вариант: Fresh - свежее вино; Rich - крепленое; Intense - насыщенное; Balance - сбалансированное.

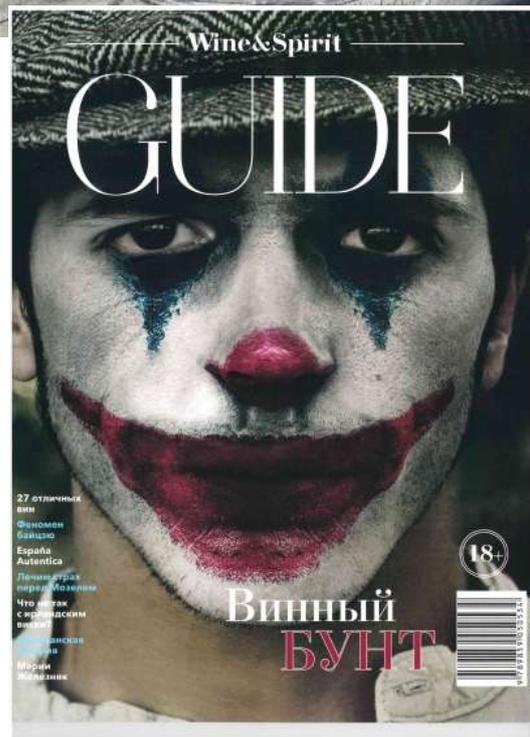
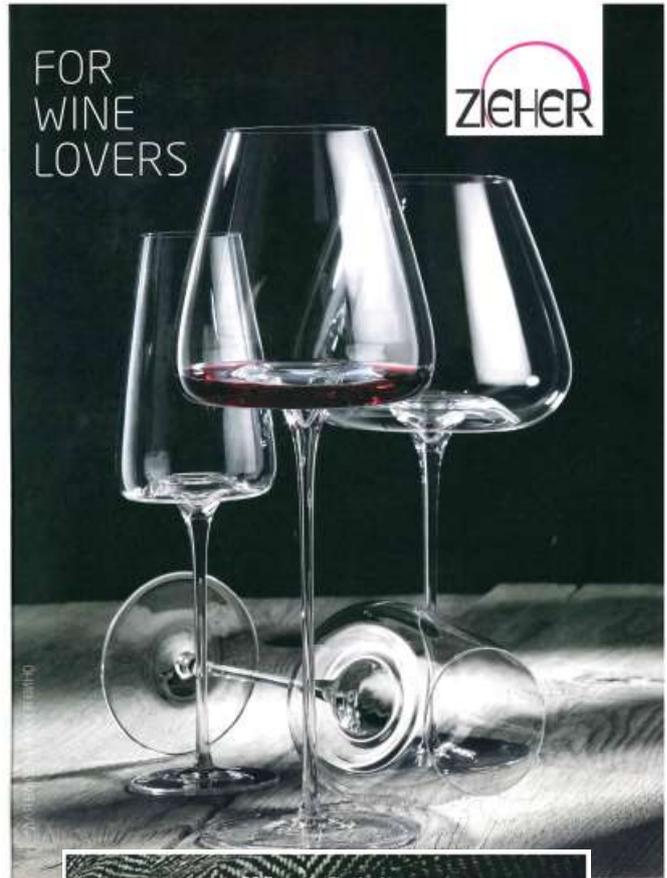
Бокалы знамениты тем, что декантация вина происходит сразу в них. Каждый Бокал Zieher подходит как для вина, так и для шампанского, благодаря своей особой форме.



**БОКАЛ FRESH
 ДЛЯ ВИНА
 340 МЛ**
 для молодого белого вина, Рисерво или других вариантов игристого вина, или для легких розовых вин



**БОКАЛ RICH
 280 МЛ**
 для крепленого, десертного и сладкого вин, для всех типов дистиллятов



Publikation:

New York Times, 25. April 2018

New York Edition, page D3

Rubrik:

To Sip: Designed to Enhance The Wine Experience

Stichworte:

Günther Seeger NY, Vision

Zitat:

"Mr. Seeger ... selected them for their ability to aerate the wine and in some cases enhance its aroma..."



The screenshot shows the top of a New York Times article. The header includes the 'The New York Times' logo, a search icon, and buttons for 'SUBSCRIBE NOW' and 'LOG IN'. Below the header is a navigation bar with 'SECTIONS' and a magnifying glass icon. The article is categorized under 'WINE, BEER & COCKTAILS'. The title is 'Wine Glasses With Style and Function'. It is marked as a 'Front Burner' piece by Florence Fabricant, dated April 23, 2018. There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, Pinterest, Email, and Print. The main image shows several wine glasses on a tray, with a blurred figure of a person in the background. The text describes how these glasses are chosen for their ability to aerate wine and enhance its aroma, specifically mentioning older reds. It also provides contact information for Zieher wine glasses, including a phone number and a website. At the bottom, there are links to follow NYT Food on social media and a link to get regular updates from NYT Cooking.

WINE, BEER & COCKTAILS

Wine Glasses With Style and Function

Front Burner
By FLORENCE FABRICANT APRIL 23, 2018



Some of the wine glasses that the chef and restaurateur Günter Seeger has selected for Günter Seeger NY, his elegant restaurant in the West Village, are showstoppers. The generous bowls curve upward as they meet the stem. Mr. Seeger said he selected them for their ability to aerate the wine and in some cases enhance its aroma, especially as with older reds in the larger glasses. There are also somewhat narrower styles in the line, which is made in Hungary for Zieher, a German company. Mr. Seeger said he planned to sell them at the restaurant soon; in the meantime, they are available online: *Zieher wine glasses*, \$65 to \$95 for two, AKA Dwelling, Alvarado, Tex., 877-388-7245, akadwelling.com.

Follow NYT Food on Facebook, Instagram, Twitter and Pinterest.

Get regular updates from NYT Cooking, with recipe suggestions, cooking tips and shopping advice.