

**\*) Weinmarketing will bei Rotweinen international in die Offensive gehen**

Die Österreich Wein Marketing (ÖWM) will heuer mit dem „großen Rotweinjahrgang 2009“ international in die Offensive gehen. Man werde sich als Alternative zu den Rotweinen aus Bordeaux präsentieren, sagte ÖWM-Geschäftsführer *Willi Klinger* bei einem Pressegespräch im Rahmen der Grünen Woche in Berlin. Ziel sei es, österreichische Weine in der gehobenen Gastronomie im Ausland stärker zu positionieren und den 2010 erstmals erreichten Durchschnittspreis von 2 Euro pro Liter zu halten. Seit 2002/03 werde österreichischer Wein verstärkt nachgefragt, so der Berliner Szene-Gastronom mit österreichischen Wurzeln *Josef Laggner*. Österreichs Rotweine seien im Vormarsch in Deutschland. In seinen 18 Betrieben gebe es österreichischen Rotwein, anstatt Bordeaux. Der Vorrat an österreichischen Weißweinen wird hingegen in den kommenden Monaten aufgrund der schlechten Ernten 2009 und 2010 knapp werden: Niedrige Preissegmente werde man nicht mehr mit österreichischem Weißwein beliefern können, sagt der Chef des Weinbauverbands *Josef Pleil*. Die Weißweinernte ging 2010 um rund 29 Prozent auf 1,1 Mio. hl zurück. Im unteren Preissegment werden die Preise um bis zu 30 Prozent steigen und im oberen Bereich zwischen 5 und 10 Prozent, so *Gerhard Wohlmuth* vom Wein- und Spirituosenhandel in der Wirtschaftskammer Österreich. Mengemäßig gingen die Weinexporte 2010 laut Schätzungen um 13,7 Prozent auf 60 Mio. Liter zurück, wertmäßig legte der Export hingegen um 2,6 Prozent auf den neuen Rekord von 122 Mio. Euro zu. Im wichtigsten Exportmarkt Deutschland konnte Österreich die Weinbauschwergewichte USA und Chile einholen und 2010 rund 47 Mio. l im Wert von 73 Mio. Euro absetzen.

Der 30-prozentige Rückgang der Weinernte wirkte sich 2010 auch sehr deutlich auf den Export aus. Laut den Exportzahlen der Statistik Austria für Jänner bis September 2010 und Hochrechnungen der ÖWM kam es bei den Fassweineexporten zu starken Einbrüchen von minus 44 % bei der Menge und minus 34 % beim Wert auf 11 Mio. Euro. Die Flaschenweineexporte legten hingegen mengenmäßig um 10 % auf 43 Mio. Liter und wertmäßig um 9 % auf 111 Mio. Euro zu. Für 17 Mio. Liter an exportierten Fassweinen wurden 11 Mio. Euro lukriert. „Unser strategisches Ziel ist es, langfristig billige Fassweineexporte in nachhaltige Flaschenweineexporte mit höherer Wertschöpfung für die Winzer umzuwandeln“, so ÖWM-Geschäftsführer *Klinger*. Weinbau-Präsident *Pleil* rechnet bei einer zukünftigen guten Ernte hingegen mit harten Zeiten für die österreichische Weinwirtschaft. Dann müsse man sich wieder „hinten anstellen“, weil man im Export niedrige Preissegmente verloren habe.

**\*) Eine kurze Polemik von Paul Christian Jezek**

Zehn BBJ-Wein-Newsletter sind bereits erschienen, dieses ist der elfte. Gestatten Sie mir dazu einige Sätze „in eigener Sache“. Meine beiden Kollegen Herbert Braunöck und Bernulf Bruckner jun. sind (auch) Idealisten in Sachen Wein, wenn sie sich auch seit Dezember 2010 nicht mehr „Experten“ nennen wollen. 😊 Im Sinne der gemeinsamen Sache war und ist es mir eine Ehre, mit den beiden gemeinsam diesen Newsletter für die österreichische „Wein-Szene“ zu erstellen. Umso mehr freut uns bzw. mich die durchaus positive und gelegentlich sogar euphorische Resonanz. Da machen Recherche und Erstellung gleich noch einmal so viel Spaß!

Es gibt aber auch eine Kehrseite der Medaille: Bis inklusive diesem zweiten BBJ-Wein-Newsletter 2011 ist kein einziger Werbe-Euro lukriert worden, d. h. Herbert, Bernulf und ich waren NUR Idealisten. Was mich persönlich betrifft, kann und wird das nicht mehr lange so weitergehen: Es muß zumindest kostendeckend gearbeitet werden können. Ich bin der festen Überzeugung, dass die „Wein-Szene“ diese offenen Worte versteht. Nicht umsonst ist gerade DIESER Newsletter durchaus pekuniär ausgerichtet. (Und es sind zunehmend „grenzenlose“ Nachrichten ...) Denn neben allen Genußeffekten ist das Wein-Business heutzutage eben auch Business. Bitte prüfen Sie daher (wieder?) unsere Packages-Angebote am Ende des Newsletters, wir haben auch für Vorschläge Ihrerseits ein offenes Ohr. Denn: Wo ein wenig Unterstützung blüht, geht's uns (noch) besser ...

**\*) Rebstockerkrankung bedroht Weinbaugebiet**

Die Goldgelbe Vergilbungskrankheit, eine bakterielle Erkrankung von Rebstöcken, breitet sich aus. Die von der Rebzikade übertragene Krankheit wurde nun in einem Weinbaubetrieb in der Südsteiermark festgestellt. Erstmals wurde die Krankheit 2009 im südoststeirischen Tieschen nachgewiesen. Mit den damaligen Sofortmaßnahmen konnte der Befall auf insgesamt 0,5 ha Fläche beschränkt werden. "Jetzt ist ein Intensivweinbaugebiet in Glanz in der Südsteiermark betroffen, womit das Problem eine neue Dimension erreicht hat", so Weinbaudirektor *Werner Luttenberger*.

Experten fürchten großflächigen Schaden. Gelingt es nicht, die Goldgelbe Vergilbungskrankheit durch chemische Schutzmaßnahmen und die Rodung einzelner Stöcke bzw. kleiner Flächen in den Griff zu bekommen, könnten sich die Bakterien explosionsartig ausbreiten und großflächig Schaden anrichten. In Slowenien, vor allem an der Grenze zu Kroatien, sei das "in erschreckendem Ausmaß" bereits der Fall gewesen, so *Luttenberger*. Bei Weißweinsorten, die stärker gefährdet sind, verfärben sich die Blätter goldgelb, bei Rotweinsorten dunkelrot. Sie rollen sich nach unten ein, die Trauben welken, die Triebe bleiben grün. Befallene Weinstöcke sterben schließlich ab.

**\*) Wiener Hotel Rathaus Wein & Design belegt Rang 21 unter den Top 25 Hotels Europas**

Bereits zum neunten Mal hat die weltweit größte Reise-Webseite TripAdvisor ([www.tripadvisor.de](http://www.tripadvisor.de)) für die Travellers' Choice Awards Millionen Hotelbewertungen und Meinungen von 20 Millionen registrierten Mitgliedern ausgewertet. Auf Rang 21 platzieren konnte sich das inhabergeführte *Hotel Rathaus Wein & Design Wien* in der Kategorie Top 25 Europa. Das Hotel vermittelt dank seiner Lage in einem historischen Bürgerhaus klassisches Wiener Flair.

Die Besonderheit: Jedes Zimmer ist einem österreichischen Spitzenwinzer gewidmet, dessen Weine der Gast in seiner privaten Weinbar findet. "Für uns als inhabergeführtes Hotel spielen Hotelbewertungen im Internet eine wichtige Rolle und stehen in direktem Zusammenhang mit der Buchungsquote und somit dem wirtschaftlichen Erfolg unseres Hauses. Die Auszeichnung mit dem Travellers' Choice Award von TripAdvisor freut uns daher sehr und bestätigt, dass wir mit unserem Konzept bei den Gästen Erfolg haben und dass sie gerne in unser Haus kommen", sagt *Conrad Schröpel*, Hotelmanager des Hotel Rathaus Wein & Design Wien.

**\*) Aus der WeinWirtschaftsRedaktion: China wird wichtigster Markt für Bordeaux**

China und Hongkong sind, rechnet man ihr Importgeschäft zusammen, im abgelaufenen Jahr zum wichtigsten Exportmarkt für Bordeaux geworden. Wie der Weinbauverband CIVB mitteilte, wurden dort 333 Mio. Euro umgesetzt, wobei Insider davon ausgehen, dass etwa 80 % des nach Hongkong gelieferten Weines ohnehin in Festland-China landet. Beide Märkte verzeichneten auch beträchtliche Zuwachsraten (China + 98 %, Hongkong + 126 %) und trugen nicht unwesentlich dazu bei, dass der gesamte Weinexport der französischen Prestigeregion nach der Krise erstmals wieder um 10 % wuchs und ein Gesamtvolumen von 1,39 Mrd. Euro erreichte.

Der chinesische Weinboom hat auch bizarre Züge angenommen. In der Volksrepublik werden derzeit für leere, ausgetrunkene Flaschen großer Weine Preise von bis zu 300 Euro gezahlt. Hinter diesem schwunghaften Handel stehen beileibe nicht nur Liebhaber alter Flaschen, sondern Weinfälscher, welche die aktuellen Traumpreise von 3000 Euro und mehr pro Flasche (bei alten Jahrgängen auch das Zehnfache) ausnutzen wollen. Gleichzeitig wächst die Furcht vor einem möglichen Platzen der aktuellen, hochspekulativen Preisblase. Auf dem Markt werden wirkliche Weinkonsumenten als Käufer zunehmend von reinen Spekulanten abgelöst. Für Weinhändler und Auktionshäuser bedeutet das, dass sie derzeit enorme Gewinne mitnehmen können. Aus dem Haus Sotheby's wird berichtet, dass es derzeit 60 % seines weltweiten Geschäfts in Hongkong tätigt. Ob das den Winzern in Bordeaux auch dann noch gefallen wird, wenn die Blase eines Tages wirklich platzt, bleibt abzuwarten ...

**\*) Weinländer Chile und Peru**

Chiles Top-Weingüter haben 2010 ein hervorragendes Geschäftsjahr verbuchen können. 83 der 100 größten Erzeuger konnten ihren Absatz steigern, 68 davon sogar um mehr als 10 %. Gleichzeitig stieg der Weinexport insgesamt um 11,7 %. Größte Gewinner dieser Entwicklung waren Casa Lapostolle, Viña Carta Vieja und Montgras mit Steigerungsraten zwischen knapp 40 und über 50 %. Zu den Verlierern zählten dagegen Corpora Vineyards, Viña Ventisquero, Via Wines und Palo Alto mit Verlusten zwischen 20 und 35 %. Chiles Weinbauverantwortliche erwarten, dass sich der Weinexport des Landes bis 2020 noch verdoppeln wird und prognostizieren ein weiteres Wachsen der Rebfläche um insgesamt fast 27.000 ha - das sind fast 15 % der derzeitigen Fläche von etwas unter 200.000 ha.

Auch bei Chiles Nachbarn Peru klingelten im vergangenen Jahr die Kassen, wenn auch auf deutlich bescheidenerem Niveau. In den ersten 10 Monaten des abgelaufenen Jahres führte das Land Wein für knapp 700.000 \$ aus - eine Steigerung von 97 % gegenüber 2009 und von 49 % gegenüber dem bisherigen Rekordjahr 2008. Von diesen Exporterlösen gingen allerdings etwa 40 % auf das Konto einer einzigen Kellerei, den Bodegas y Viñedos Taberero. Wichtigste Exportmärkte der Peruaner sind Japan, Kanada, Nicaragua und Guatemala.

**\*) Erste Berliner Riesling-Lounge eröffnet**

Am 13. Jänner wurde in Berlin die erste Riesling-Lounge der Stadt eröffnet. Sie befindet sich im mesa-Restaurant des Grand Hyatt Berlin am Marlene-Dietrich-Platz. Die auf Initiative des Deutschen Weininstituts (DWI) ins Leben gerufene Lounge hält für die Gäste eine große Auswahl von Weinen aus allen dreizehn deutschen Weinbaugebieten bereit. „Mit unseren Riesling-Lounges wollen wir die Weinfreunde in wichtigen Metropolen auf den Facettenreichtum unserer Vorzeige-Rebsorte aufmerksam machen“, erläutert DWI-Geschäftsführerin *Monika Reule*. "Wir freuen uns, nach München und Köln nun auch in einer der ersten Adressen der Bundeshauptstadt präsent zu sein". Die Riesling-Lounge im mesa-Restaurant ist täglich von 12 bis 24 Uhr geöffnet. ([www.mesa-restaurant.de](http://www.mesa-restaurant.de))

**\*) Aus der WeinWissenschaftsredaktion: Älteste Weinkellerei der Welt in Armenien entdeckt**

Archäologen haben in Armenien die bis dato älteste Weinkellerei der Welt entdeckt - sie wird auf ein Alter von 6.100 Jahren geschätzt. Wie das Journal of Archaeological Science berichtet, wurden in der Grabungsstätte Areni-1 nicht „nur“ Pressen, Gärbehälter und Trinkschalen, sondern auch Trester, Blätter und Trauben von *Vitis vinifera* entdeckt. Das alles fand sich in einer Höhle, die für rituelle Anlässe genutzt wurde, und die bereits 1997 entdeckt worden war. Damit überflügelt Armenien im Wettrennen um den ältesten Weinkeller jetzt wieder das benachbarte Georgien, und man darf gespannt sein, wo die nächste, vielleicht noch ältere Entdeckung gemacht wird.

+ + +

**\*) Die Kooperations-Packages für den BBJ-Wein-Newsletter 2011:**

a) Das *Must-Have-Jahrespackage* für alle: Um 290 Euro Jahresbeitrag gibt's vier Meldungen im BBJ-Wein-Newsletter im Jahr 2011 und die Nennung als Partner (mit Adresse und url) in jedem BBJ-Wein-Newsletter (auf Wunsch mit Logo)

b) Das *Top-Jahrespackage* für Top-Partner: Um 490 Euro Jahresbeitrag gibt's eine Verkostung inkl. Weinbeschreibungen und Bewertungen (z.B. Jahrgangsvorstellung; max. 8 Weine) bzw. ein ausführlicher Bericht über einen Event im Jahr (inkl. Weinbewertungen von max. 5 Weinen), fünf Meldungen im BBJ-Wein-Newsletter 2011 und die Nennung als Top-Partner (mit Adresse und url) in jedem BBJ-Wein-Newsletter (auf Wunsch mit Logo)

c) Das *Premium Partner-Package* für Premium-Partner: Für 890 Euro gibt's jährlich insgesamt max. zwei Verkostungen inkl. Weinbeschreibungen und Bewertungen (z. B. Jahrgangsvorstellung; jeweils max. 8 Weine) bzw. ausführliche Berichte über einen Event (inkl. Weinbewertungen von jeweils max. 5 Weinen), wahlweise eine Verkostung und einen Bericht, acht redaktionelle Meldungen im BBJ-Wein-Newsletter im Jahr 2011 sowie die Nennung als Premium Partner (mit Adresse und url) in jedem BBJ-Wein-Newsletter (auf Wunsch mit Logo). Top-Goody für Premium Partner: Diese können auf Wunsch auch exklusiv bei Herbert Braunöcks „Wine after Work“ oder St. Urbanus-Abenden mitwirken.

ALLE Partner werden (auf Wunsch) mit den Homepages von Herbert Braunöck ([www.actcom.at](http://www.actcom.at)) und Bernulf Bruckner jun. ([www.lrtc.at](http://www.lrtc.at)) verlinkt.

2011 erscheinen nach dem heutigen noch 24 Newsletters (zwei im Februar, zwei im März, zwei im April, drei im Mai, zwei im Juni, zwei im Juli, zwei im August, zwei im September, zwei im Oktober, drei im November, zwei im Dezember). Partner-Packages werden selbstverständlich als solche gekennzeichnet. Alternativvorschläge zu den drei Kooperationspackages sind durchaus diskutabel.

+ + +

Vinophile Grüße!

Impressum BBJ-Wein-Newsletter

Herausgeber: Bernulf Bruckner jun., Herbert Braunöck (Active Communications)

Redaktionelle Leitung: Paul Christian Jezek

Werbepartner werden: [bernulf.bruckner@gmx.at](mailto:bernulf.bruckner@gmx.at) - [h.braunoeck@actcom.at](mailto:h.braunoeck@actcom.at) - [paul.jezek@boerse-express.com](mailto:paul.jezek@boerse-express.com)

Der BBJ-Wein-Newsletter erscheint seit dem 31. August 2010 zumindest vierzehntägig und bietet umfassende Informationen zur österreichischen Weinwirtschaft und zu internationalen Wein-Angeboten und News. BBJ verpflichtet sich gegenüber seinen Usern, alle organisatorischen und technischen Möglichkeiten auszunutzen, um personenbezogene Daten vor Verlust, Änderung und Missbrauch zu schützen. Diese Daten werden nach dem Datenschutzgesetz 2000 streng vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Eine etwaige Auswertung dient ausschließlich dem internen Gebrauch. Die Weitergabe von persönlichen Daten erfolgt nur mit vorheriger Zustimmung des Users, außer wenn gesetzliche Vorschriften dies unbedingt notwendig machen, Rechte oder Eigentum des BBJ-Wein-Newsletters gefährdet sind, oder um Interessen anderer User zu schützen.