

***) Die „Sektveredelung“ oder Sekt ist, was man daraus macht – das Top-Thema von Herbert Braunöck**

Wir kennen den einfachen trockenen Sekt aus Welschriesling oder Grüner Veltliner und auch den Sortensekt aus Muskateller, Sauvignon Blanc oder Traminer. Geruch und Geschmack werden durch die Kohlensäure des Sektes aktiviert. Die Kohlensäure ist ein Geruchs- und Geschmacksturbo. Wer nun den einfachen Sekt bevorzugt – auch aus Kostengründen –, der kann seine Gäste dennoch überraschen. Und das geht so: Sie nehmen einen einfachen, trockenen Sekt und „veredeln“ ihn mit einem Wein Ihres Geschmacks im Verhältnis 4 Teile Sekt zu 1 Teil Wein. Sie werden sehen, dass oft eine kleine Menge Wein von Muskateller oder Sauvignon genügt, um den Grundsekt in ein Geschmacks- und Gerucherlebnis zu verwandeln.

Es ist also gar nicht nötig, dass Sie einen Muskatellersekt servieren, wenn Sie einen Sekt mit Muskateller trinken wollen. Jeder Geschmack eines Weines wird durch den Mousseux des Sektes gesteigert. Auch der typische Geschmack eines Cabernet Sauvignon oder Merlot wird in Verbindung mit einem Grundsekt im Glas zu einem neuen Geruchs- und Geschmackerlebnis. Sie müssen den Rotwein gekühlt mit dem Sekt verschneiden, damit ihre Komposition nicht zu warm serviert wird.

Frohe Stunden mit der Herstellung von Sektcuvees und dem Verkosten im Kreise Ihrer Gäste oder Weinliebhaber!

***) Top-Wirte-Gala 2011 – Niederösterreichische Wirtshauskultur zeichnet ihre Besten aus**

Bei Österreichs erstem großen Genuss-Event des Jahres wurde am 24. 1. in der Event-Pyramide Vösendorf die Verleihung der Top-Wirt-Auszeichnungen vorgenommen. „Mit mehr als 260 Betrieben ist die Niederösterreichische Wirtshauskultur die stärkste in Österreich, sie ist aber auch eine, die mit beständiger Erneuerung und Verbesserung die Ideale der Wirtshauskultur umsetzt und den Gästen vermittelt“, sagte Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll, der die Preisverleihung persönlich durchführte. Neben den Empfängern von 60 Würdigungspreisen konnten sich drei Gastronomen über besondere Auszeichnungen freuen:

- +) *Harald Reim* vom *Landgasthaus Reim* in *Pottendorf*, dem der Titel „WIRTSHAUSKULTUR EIN-STEIGER DES JAHRES 2011“ zuerkannt wurde.
- +) *Andreas Plappert* vom *Schlosswirt* in *Waidhofen an der Ybbs*, der zum „WIRTSHAUSKULTUR AUFSTEIGER DES JAHRES 2011“ gekürt wurde.
- +) Und *Adi Bittermann* vom *Bittermann-Vinarium Göttlesbrunn*, der seinen zahlreichen anderen Auszeichnungen nun auch den Titel „WIRTSHAUSKULTUR TOP-WIRT DES JAHRES 2011“ hinzufügen kann.

Grundlage der Top-Wirt-Auszeichnungen sind unabhängige, anonyme Tests, wobei sich im Jahr 2010 besonders viele Wirte dieser Prüfung unterzogen haben. Bewertet wurde in den Kategorien Ambiente, Speisen, Getränke und Glaskultur sowie Service.

***) Wein & Co künftig auch bei Merkur**

Der Weinhändler Wein & Co und die Handelskette Merkur machen in Zukunft gemeinsame Sache: In einem ersten Schritt ging die neue Internet-Plattform der beiden Unternehmen an den Start (www.merkurvinoweb.at), auf der bis zu 2.000 Weine von Wein & Co vertrieben werden. Ab April gibt es die Tropfen des Weinhändlers dann auch bei Merkur. In den Merkur-Markt in der Wiener Neustädter Stadiongasse wird ein rund 100 m² großer Wein & Co-Shop integriert. Kommt der

Testmarkt bei den Kunden gut an, sollen in den nächsten drei bis vier Jahren bis zu 30 weitere Shop-in-Shop-Filialen entstehen.

"Was wir hier machen, ist nichts anderes als eine Vertriebskooperation. Es gibt keine Beteiligung oder sonstige Kapitalverflechtungen", stellt Wein & Co-Chef *Heinz Kammerer* klar. Die komplette Sortiments-, Preis- und Aktionspolitik der Wein & Co-Shops in den Merkur-Filialen werde von Wein & Co gestaltet. "Es wird keine Überschneidungen im Sortiment geben", versichert der Wein & Co-Eigentümer. Das Weinsortiment von Merkur soll trotz Kooperation nicht verändert werden. Die Kette wird großteils von der Rewe-eigenen Weinkellerei *Wegenstein* beliefert, die jedes Jahr 18 Millionen Liter Wein absetzt.

***) Exklusive Kooperation: "Die österreichische Antwort" und "Heimisch Kaufen!"**

Das Gebot der Stunde heißt Sicherung der heimischen Qualität: Seit Anfang 2011 gehen die Kampagne des Österreichischen Bauernbundes "Heimisch Kaufen!" (www.heimischkaufen.at) und die von *Schlumberger*, Österreichs traditionsreichster Wein- und Sektkellerei, ins Leben gerufene Wirtschafts-Initiative "Die österreichische Antwort" (www.dieoesterreichischeantwort.at) gemeinsame Wege. Beide Initiativen konzentrieren sich auf österreichische Produkte und heimische Qualität. Jetzt sollen die Ressourcen gebündelt werden.

Das Web-Portal "Heimisch Kaufen!" betont den Vorzug heimischer Produkte. Konsumenten, die österreichische Ware kaufen, sichern gleichzeitig österreichische Arbeitsplätze. Anlässlich der Kooperation traten die Sekthäuser *Schlumberger* und *Goldeck* sowie die Kräuterspirituosen *Gurktaler Alpenkräuter* und *Rossbacher* der Plattform "Heimisch Kaufen" bei. Gleichzeitig unterstützt "Heimisch Kaufen" als Partner die Initiative "Die Österreichische Antwort". *Eduard Kranebitter*, Vorstandsvorsitzender der *Schlumberger* AG: "Die Themen "Österreichische Herkunft und Qualität" sind so wichtig, dass man Ressourcen so gut es geht bündeln sollte, um eine noch breitere Öffentlichkeit zu erreichen. Wir wollen die klare Botschaft vermitteln: "Die österreichische Antwort lautet Heimisch Kaufen!"

***) Winzer Krems schenken 1.000 Opernball-Achterln aus**

Bereits zum zehnten Mal werden die Winzer Krems, Österreichs größter Qualitätsweinproduzent, beim Wiener Opernball sechs ihrer Spitzenweine ausschenken. Dabei handelt es sich um die Sorten Riesling, Grüner Veltliner, Gelber Muskateller, Zweigelt, St. Laurent und eine Riesling-Trockenbeerenauslese. Die speziell für den Opernball abgefüllten Weine sind sonst ausschließlich bei Winzer Krems ab Hof erhältlich. "Auf dem Wiener Opernball werden rund 1.000 Achterln aus unserer Produktion getrunken", teilt Winzer Krems-Geschäftsführer *Franz Ehrenleitner* mit. Ausgeschenkt werden die edlen Tropfen beim eigens eingerichteten "Opernball-Heurigen", an jeder Bar und in den Logen. Für die Winzer Krems ist der Opernball zweifellos der gesellschaftliche und damit auch werbewirksamste Höhepunkt ihrer weltweit erfolgreichen Verkaufsstrategie.

"Die Partnerschaft zwischen dem Wiener Opernball und der Raiffeisen-Organisation ist in zehn Jahren gut gewachsen", stellte Raiffeisen-Generalanwalt *Christian Konrad* bei der Präsentation der Opernball-Weine 2011 fest. Man sei froh, die Winzer Krems bei ihrem Auftritt in der Staatsoper unterstützen zu dürfen. Für den ebenfalls bei der Vorstellung der Opernball-Weine anwesenden Landeshauptmann *Erwin Pröll* ist der Wein "eine wunderschöne Brücke zwischen der Kultur und dem Tourismus und damit auch eine Brücke zwischen zwei Zukunftsfeldern des Landes Niederösterreich".

Die Winzer Krems stehen im Eigentum von rund 1.300 Weinbauern aus den Weinbaugebieten Wachau und Kremstal. Zusammen bewirtschaften sie eine Rebfläche von knapp 1.000 Hektar. Zu 70 Prozent wird Weiß-, zu 30 Prozent Rotwein gekeltert. Zwei Drittel ihrer Produktion setzen die Winzer Krems in Österreich über die Gastronomie und den Lebensmittelhandel ab. Ein Drittel geht in den Export. Mit zwei Millionen verkauften Flaschen pro Jahr ist Deutschland der mit Abstand größte Auslandsmarkt. (www.winzerkrems.at)

***) Aus der WeinWirtschaftsRedaktion: Champagnerlaune bei deutscher Hawesko**

Die weltweit anziehende Nachfrage nach edlen Tropfen hat die Kassen der deutschen Weinhandelsgruppe Hawesko gefüllt und lässt die Spendierlaune steigen. Der Vorstand des börsennotierten Hamburger Unternehmens macht den Aktionären Hoffnungen auf eine höhere Dividende. Der um die Hälfte auf 19,5 Mio. Euro gestiegene Konzernüberschuss mache dies möglich. Endgültig entscheiden soll der Aufsichtsrat im März, wenn die endgültigen Zahlen vorliegen. Im vorangegangenen Jahr waren 1,35 Euro je Anteilschein an die Aktionäre geflossen. Insgesamt erhöhte sich der Umsatz des Unternehmens gegenüber dem Vorjahr um 11,6 Prozent auf 378 Mio. Euro, der Gewinn vor Steuern und Zinsen kletterte nach vorläufigen Berechnungen von 22,4 auf mehr als 25 Mio. Euro.

Besonders gut liefen die Geschäfte im vergangenen Jahr im Großhandel mit Restaurants und Hotels, dessen Umsatz erhöhte sich um mehr als ein Viertel. Dort setzte sich nach Firmenangaben der Trend fort, dass die Kundschaft wieder mehr teure Weine und Champagner ordert. Dagegen trat die Ladenkette "Jacques' Weindepot" auf der Stelle, weil der harte Winter das wichtige Weihnachtsgeschäft verdarb. Eis und Schnee hätten viele Kunden am Besuch in den Läden gehindert. Die zunehmende Zurückhaltung vieler Firmen bei Präsenten sorgte zudem dafür, dass das wichtige Versandgeschäft im Schlussquartal nur schleppend lief. Für 2011 bleibt der Vorstand dennoch zuversichtlich: "Im laufenden Geschäftsjahr werden wir weiter auf Expansionskurs bleiben", sagte Vorstandschef *Alexander Margaritoff*. 2012 sollen die Geschäfte weiter florieren.

***) Das jüngste Weingebiet Österreichs**

Das Traisental gehörte früher zum ehemaligen Weingebiet Donauland und erhielt erst 1995 seinen eigenen Namen und Status. Es ist damit das jüngste Weingebiet Österreichs - und gleichzeitig eines der ältesten. Schon in vorrömischer Zeit wurde hier archäologischen Funden zufolge Weinbau betrieben. Das Gebiet liegt vollständig südlich der Donau und grenzt im Norden an die Wachau und das Kremstal, sowie im Nordosten und Osten ans Wagram. Im Süden reichen die meist terrassierten Weinbergsflächen mit ihren kalkhaltigen, schottrigen bis lehmigen und sandigen Böden bis an die Landeshauptstadt St. Pölten heran.

Das Traisental ist das österreichische Weingebiet mit dem höchsten Veltliner-Anteil, der hier bei über 60 % liegt. Der Riesling belegt im Vergleich dazu eine winzige Fläche, hat qualitativ aber auch hier seine Bedeutung. Aus beiden Sorten entstehen hier im Idealfall fest gewirkte, nicht selten ausgesprochen mineralische Weine. Bei den Roten Sorten wird der Zweigelt ausnahmsweise vom Portugieser auf den zweiten Platz verdrängt. Schon mit dem Jahrgang 2006 wurde im Traisental die DAC für Riesling und Veltliner eingeführt - mit den gleichen Folgen für Weine aus anderen Sorten, wie im Kremstal, im Kamptal und im Weinviertel. Eine Sonderregel erlaubt hier - wie auch im Weinviertel - beim Veltliner klugerweise statt der üblichen 9 Gramm für als trocken bezeichnete Weine lediglich einen maximalen Restzuckergehalt von 6 Gramm (nachdem es im ersten Jahr - vielleicht noch ein wenig klüger - noch höchstens 4 Gramm waren).

***) Viertes namhaftes Weingut in Bordeaux in chinesischer Hand**

Ein viertes namhaftes Weingut in der Region Bordeaux ist seit kurzem in chinesischer Hand. Der größte chinesische Nahrungsmittelkonzern COFCO kaufte dem in Bordeaux ansässigen Weinhändler *Philippe Raoux* das CHÂTEAU DE VIAUD mit seinen rund zwanzig Hektar Weinberg im Südwesten Frankreichs ab. Das Gut liegt im renommierten Anbaugebiet Lalande de Pomerol. COFCO ist bei einem Umsatz von 21 Mrd. Dollar (15,3 Mrd. Euro) auch der größte chinesische Weinerzeuger. In den vergangenen Jahren waren drei berühmte Weingüter in der Region Bordeaux an chinesische Unternehmen verkauft worden, zuletzt im vergangenen Jahr das CHÂTEAU CHENU LAFITTE in der Appellation Côte du Bourg. Offensichtlich erwarten die neuen Eigentümer, dass der Namensteil LAFITTE trotz der alten Schreibweise, für chinesische Weinfreunde von großer Attraktivität sein könnte. Vor zwei Jahren hatte nämlich bereits die chinesische Firma Longhai International den Bordeaux A.C. CHÂTEAU LATOUR LAGUENS wegen der Namensähnlichkeit mit dem Premier Cru gekauft.

***) Aus der Wissenschaftsredaktion: Mediziner entwickeln Methode zur Identifizierung von Rebsorten**

Mediziner der University of Texas, die eigentlich an Techniken forschten, den Geruchs- und Geschmackssinn bestimmter Säugetiere künstlich zu imitieren, um deren Fähigkeit, Krankheiten sozusagen "riechen" zu können, zu nutzen, sind ganz nebenbei offenbar auf eine Möglichkeit gestoßen, Rebsorten im Wein anhand ihrer Tannine zu identifizieren. Mit einer Analysevorrichtung aus 96 verschiedenen "Rezeptoren", die mit verschiedenen Chemikalien "bestückt" waren, schafften es die Texaner, anhand der unterschiedlichen chemischen Reaktionen der Weintannine mit den einzelnen Chemikalien einen genauen Fingerabdruck jeder einzelnen Rebsorte zu erhalten. Noch eignet sich das Verfahren nicht für Verschnitte verschiedener Sorten und für alte, gereifte Weine, und auch die Herkunft lässt sich mit dieser Methode nicht feststellen. Sollte diese Verfeinerung allerdings gelingen, stünden Winzern, die ihre Weine mit nicht zugelassenen Rebsorten verschneiden (z. B. das jüngste "Brunello" mit Merlotanteilen im "reinsortigen Sangiovese") wirklich schwere Zeiten bevor.

***) Kapregion setzt auf Weintourismus**

Die südafrikanische Kapregion wird in Zukunft verstärkt auf den Weintourismus als Absatz- und Werbemöglichkeit für ihre Weine setzen. Das ist das Ergebnis einer Konferenz von Tourismus- und Weinbauorganisationen in Kapstadt. Bislang konnten die Synergien zwischen beiden Bereichen offenbar noch nicht entwickelt werden, da die organisatorischen Strukturen dafür fehlten - angesichts der jahrzehntelangen Diskussionen zum selben Thema in anderen Weinbauländern sicher eine extreme Form von Betriebsblindheit. In Zukunft sollen Touristen aus aller Welt, aber auch aus den Metropolen aus dem Norden und Osten des Landes, zu "Öko"-Wanderungen und Ausritten in den Weinbergen, zu Off-road-Touren im Geländewagen, aber auch zu Besuchen in Wildparks und Glasbläsereien, die an Weingüter angeschlossen sind, animiert werden.

Ob die massiven Investitionen, die in der jüngsten Vergangenheit in den Fußballtourismus - insgesamt ein ziemlicher Flop, wie man heute weiß - getätigt wurden, die Entwicklung solcher Synergien unnötigerweise verzögert haben, geht aus den Berichten über die Konferenz nicht hervor. Genauso wenig geht daraus hervor, wie die Strukturen, die diese Synergie in Zukunft garantieren könnten, denn aussehen sollten.

+++

***) 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) und Bernulf Bruckner jun. (www.lrtc.at) verlinkt.

2011 erscheinen nach dem heutigen noch 23 Newsletters (einer 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 - h.braunoeck@actcom.at - 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.

BBJ-Premium-Partner

WEINGUT RABL
Weraingraben 10, 3550 Langenlois
Tel.: +43(0)2734/2303
www.weingut-rabl.at
office@weingut-rabl.at

BBJ-Top-Partner

WINZER KREMS eG
Sandgrube 13, 3500 Krems
Tel.: +43(0)2732/85511-0
Fax: +43(0)2732/85511-6
office@winzerkrems.at
www.winzerkrems.at

BBJ-Partner

DOMÄNE WACHAU
A-3601 Dürnstein 107
Tel: +43(0)2711/371
office@domaene-wachau.at
www.domaene-wachau.at

