

BBJ-WEIN-NEWSLETTER 2012_26

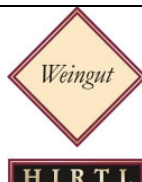
28. DEZEMBER 2012

Die Themen:

- Der Wein und das Rubbellos – das Top-Thema von Herbert Braunöck..... 2
- „Master of Wine“ spricht über DAC-Philosophie..... 2
- „Aufgetischt – Mit Brot und Wein“: Am Christtag in ORF 2..... 3
- Der GENIUSS ist da! 3
- Bauerneinkommen 2012 wieder deutlich gesunken..... 4
- „Mit Wein einen Moment in der Zukunft schenken“ 4
- Aus der internationalen Wirtschaftsredaktion
(1): Ribera del Duero ist „Wine Region of the Year“ 5
(2): Parker verkauft sich an Weinhändler..... 6
- Termine – Termine – Termine..... 7
- Die Kooperations-Packages für den BBJ-Wein-Newsletter 2013..... 8
- Die BBJ-Partner..... 9

Herausgegeben von:

Herbert BRAUNÖCK – Bernulf BRUCKNER jun. – Paul Christian JEZEK



WEINGUT
STEININGER



*) **Der Wein und das Rubbellos – das Top-Thema von Herbert Braunöck**

Sie kennen den Rubbeleffekt? Da gibt es ein Los und wenn sie an der Oberfläche kratzen, kommt darunter etwas zum Vorschein – die „Wahrheit“.

Der Wein legt bei einem Mensch offen, was unter der Oberfläche sonst verborgen bleibt. Er rubbelt oder besser gesagt er schwemmt die Fassade weg. Das liegt daran, dass die Selbstkontrolle abnimmt und der Mut zum Risiko steigt.

Bei dem einen nimmt das Gegenüber eine erstaunlich positive Veränderung wahr. Mehr Offenheit, Ehrlichkeit und emotionale Tiefe, zusammen mit einer gesteigerten Kommunikationsfreude ergeben ein neues, bisher unbekanntes Bild.

Bei dem anderen ist man eher enttäuscht. Da fällt die Fassade und zeigt das wahre Gesicht aus Aggression, fehlender Kultur und Intoleranz. Dieser Mensch hatte sich bisher immer gekonnt verstellt. Die Profis genießen den Wein in heiklen Situationen – dazu gehören vor allem Firmenfeiern – sehr kontrolliert und haben ihr weinseliges Verhalten bei ungefährlichen Gelegenheiten bereits getestet. Gäste, die gestützt aus dem Saal geführt werden und dazu noch lauthals andere Besucher beschimpfen, sind für ihr weiteres Leben abgestempelt. Das Beste was ihnen dann beim nächsten Mal noch passieren kann, sind die Worte: „Du kennst ihn ja, so ist er halt wenn er was getrunken hat“.

(hb) (www.actcom.at, www.urban-ritter.at)



„Eine Magnum-Flasche? Genau die richtige Größe für einen schönen Abend.
Vorausgesetzt, man beginnt mit einem Champagner, man endet das Menü
mit einem Sauternes, und man ist allein daheim ...“

(Anthony Barton, Inhaber von Château Léoville-Barton,
über seine Einschätzung zur 1,5-l-Flasche „Magnum“)



*) **„Master of Wine“ spricht über DAC-Philosophie**

Nur drei Österreicher haben es bisher in den Weinolymp geschafft. Der Tourismusexperte und Weinprofi Andreas *Wickhoff* aus der Steiermark hat über drei Jahre viel Zeit und Kosten investiert und den internationalen Lehrgang in London, Nappa und Sydney erfolgreich abgeschlossen. Von Hunderten Bewerbern schaffen nur ganz wenige den Sprung in die Weinelite. Seit 60 Jahren dürfen sich weltweit keine 300 mit dem Titel Master of Wine schmücken. „Was den Vortragenden für das Veltliner Symposium zusätzlich interessant macht“ erklärt Veranstalterin Monika *Taubenschuss*, „ist das DAC-Thema seiner Dissertation“. Er hinterfragt hier die Chancen und Herausforderung der Umstellung von germanischem auf romanisches Weinrecht. Für die Weinstadt Poysdorf – im Zentrum des Veltlinerlandes – hat der Weinviertel DAC eine enorme Schubkraft entwickelt und jede Information über das Geschäftsmodell einer regionaltypischen Positionierung stößt bei den Winzern und bei Weinliebhabern auf großes Interesse.

Einen starken internationalen Bezug bringt auch der Enkel aus der bekannten Kremser Winzerdynastie in das Poysdorfer Symposium. Laurenz Maria *Moser V.* verfügt über exzellente Händlerkontakte und zur gehobenen Gastronomie in 40 Ländern. An der Spitze Deutschland, die USA, China und die Arabischen Emirate. Für das Symposium besonders spannend ist das Marketingziel seines Unternehmens *laurenzfive.com*: „Dem österreichischen Grünen Veltliner zu Weltruhm verhelfen“.

Ein spektakuläres Thema behandelt der Hornist Markus *Bachmann*. Nach seiner Anleitung haben einige Winzer den Most während der Gärung mit klassischer Musik beschallt. Das Experiment wurde auch mit versenktem Lautsprecher und Mozarts Symphonie Nr. 41 durchgeführt. Durch die

Wirkung der Schallwellen soll der Wein dichter und fülliger werden. Die Idee wurde unter der Bezeichnung „Sonor Wines“ bereits patentiert.

***) „Aufgetischt - Mit Brot und Wein“: Am Christtag in ORF 2**

„Wein und Brot sind die edelsten Verkörperungen des Naturgeistes“ wusste schon Friedrich *Hebel*. Am Christtag, dem 25. Dezember 2012, standen „Brot und Wein“ in ORF 2 im Mittelpunkt einer neuen Ausgabe von „Aufgetischt“. Brot und Wein sind auch das Thema der grenzüberschreitenden Niederösterreichischen Landesausstellung 2013, die vor der malerischen Kulisse der Weinviertler Kellergassen stattfindet und an der sich auch die Stadt Mikulov in Tschechien beteiligt.

Brot und Wein haben im Weinviertel eine Tausende Jahre alte kulinarische Geschichte. Der mit 6.000 Jahren vermutlich älteste Backofen Europas wird im Urgeschichtemuseum in Asparn an der Zaya wieder aufgebaut und bildet den historischen Einstieg in den Film. Weiter geht es mit der Gegenwart und Menschen, die das Weinviertel prägen und von ihm geprägt werden. So etwa der Biobäcker *Philipp Stoiber*, dessen Brot jeden Tag „ein wenig anders schmeckt“ und „nicht nur einfach im Regal liegt, sondern geschätzt wird“. Oder die Künstlerin *Irena Rácek*, gebürtige Slowakin, die direkt aus dem Weinviertler Boden ihre Farben und Kunstmaterialien schöpft: „Die Erde ernährt uns und macht uns glücklich. Ich bin froh, dass ich meine Erfahrungen, mein Wissen über sie weitergeben darf.“ Und *Fritz Gall*, Spiritus Rector des „Nonseums“ in Herrnbaumgarten, für den schräge Ideen und Vogelscheuchen lebensnotwendig sind: „Die Ideen schützen vor Langeweile, die ‚Dodamauna‘, die wertvollen Weintrauben vor gefräßigen Staren.“

Der innovative Winzer *Christoph Körner* aus Falkenstein, die lebenshungrigen Köche *Georg Kruder* vom Grünen Baum in Zistersdorf und *Harald Pollak* vom Retzbacherhof bei Retz, die engagierte Bäuerin *Erika* und der Bauer *Hermann Fritz* sorgen für Wissen und Sinnlichkeit, im Film und in der Region. Denn getafelt wird im Weinviertel vom Feinsten, mit dem Feinsten, in einer Landschaft, die zu jeder Jahreszeit bezaubert. Nachzusehen in der ORF-THthek unter:

<http://tvthek.orf.at/programs/2745173-Aufgetischt/episodes/5145149-Aufgetischt>

***) Der GENIUSS ist da!**

Um das 10-Jahres-Jubiläum von LOISIUM im Jahr 2013 gebührend feiern zu können, komponierte das Weingut *Steininger* einen speziellen gebietstypischen Sekt für die Wienerlebniswelt in Langenlois.

Entstanden ist die Idee bei einer Weinverkostung mit den Nachbarn, der Familie *Niedetzky*. Beim Kosten eines speziellen Grünen Veltliner meinte Herr *Niedetzky* plötzlich: „Karl, dieser Wein würde sich perfekt als Sekt präsentieren“. Bei ein paar weiteren Gläsern Wein wurde die Idee ausgereift und dann in die Tat umgesetzt. Als Grundwein wurde eben dieser regionstypische Grüne Veltliner aus dem oberen Loisiumweingarten verwendet. Die Trauben wurden im Jahr 2010 gelesen. Er besitzt viel Würze, Kraft und die typische Frucht. Die Ausbauphase im Holzfass wurde relativ kurz gewählt um den Wein dezent harmonisch zu untermalen. Die 2. Gärung startete im Februar 2011. Degorgiert wurde der Sekt im Oktober 2012 und entfaltet ab sofort seinen optimalen Trinkgenuss.

Der Name GENIUSS für den neuen Sekt entstammt auch wieder einer Verkostung. Er beschreibt den Wein einfach punktgenau. Dieser Grüne ist GENIALER GENUSS. Daraufhin wurde die Wortmarkte GENIUSS geboren. Es gibt ihn exklusiv ab sofort in der Loisium Vinothek und im Loisium Wein & Spa Resort.

LOISIUM Wienerlebniswelt & Vinothek, Loisium Allee 1, 3550 Langenlois www.loisium-weinwelt.at ... wir wünschen viele GENIUSSvolle Momente ... !



***) Bauerneinkommen 2012 wieder deutlich gesunken**

„Nach dem Einkommensabsturz 2009 mit einem Minus von 29 % müssen Österreichs Landwirte heuer nun nach zwei guten Ertragsjahren 2010 (+17 %) und 2011 (+14,3 %) erneut ein Minus von 10,2 % bei den Faktoreinkommen hinnehmen. Auch im EU-Vergleich schneidet Österreich 2012 schlecht ab, hier liegen wir weit ab vom EU-Durchschnitt auf dem viertletzten Platz. Ursache für den Einkommensrückgang waren vor allem witterungsbedingte hohe Ernteverluste in der Pflanzenproduktion in den Hauptanbaugebieten im Osten Österreichs als auch die deutlich gestiegenen Betriebsmittelkosten“, erklärt Gerhard *Wlodkowski*, Präsident der LK Österreich, zur landwirtschaftlichen Gesamtrechnung der Statistik Austria.

Zu schaffen machten den Bauern steigende Preise bei sogenannten landwirtschaftlichen Vorleistungen wie Futtermittel, Düngemittel, Treibstoffe und Pflanzenschutzmittel. Der Wert der Vorleistungen stieg im Vergleich zu 2011 um 6,3 %, so die Schätzung der Statistik Austria. Die Abschreibungen für das Anlagevermögen erhöhten sich um 2,9 %.

Der landwirtschaftliche Produktionswert stieg im Jahresvergleich um 1,3 % auf 7,3 Mrd. Euro. Für diesen leichten Zuwachs sorgten insbesondere Körnermaisbau, Schweinehaltung sowie Rinderproduktion. Starke wertmäßige Einbußen wurden hingegen bei Wein- und Obstbau verzeichnet.

***) „Mit Wein einen Moment in der Zukunft schenken“**

Laut einer aktuellen Studie liegen Wein, Sekt und Champagner im Geschenke-Ranking bereits an zweiter Stelle. Ist Wein das oft zitierte Verlegenheitsgeschenk oder liegt man damit eigentlich immer richtig?

Bei Runde 3 von „WineExperts“ – einem neuen Diskussionsformat von WEIN & CO – machten sich Wein- und Handelsexperten auf die Suche nach Weingeschenken, die alles andere als einfallslos sind.

Fragt man Herr und Frau Österreicher, was sie am liebsten verschenken, wird Wein / Sekt / Champagner spontan an zweiter Stelle genannt. Nach Blumen und noch vor Feinkostartikeln, Kosmetikprodukten, Büchern, CDs/DVDs, Elektronik, Dekorationsmaterial oder Bekleidung. Und zwar zu jedem Anlass, egal ob zum Geburtstag, zu Weihnachten oder einfach nur als Mitbringsel. So das Ergebnis einer repräsentativen IMAS-Erhebung, die von WEIN & CO im Oktober 2012 in Auftrag gegeben wurde.

Da sich Weine und Schaumweine bekanntlich auch vor Weihnachten hervorragend verkaufen, stellte WEIN & CO die dritte Runde von WineExperts unter das Motto Schenken. „Wir machen im November und Dezember mehr als ein Viertel unseres Gesamtjahresumsatzes. Auch unsere Kundendaten belegen, dass WEIN & CO ein Geschenkespezialist ist, denn immerhin ein Drittel kommt zu uns, um Geschenke zu kaufen“, so Oliver *Sartena*, Mitglied der Geschäftsleitung von WEIN & CO, der vergangene Woche wieder namhafte Experten zur Weindiskussion in den Flagshipstore in die Mariahilfer Straße lud. Diesmal mit dabei: Karin *Schnegdar* (Weinexpertin bei der Kronenzeitung), Susanne *Staggl* (Marketingmanagerin ÖWM), Berthold *Salomon* (österreichischer Topwinzer) und Udo *Kaubek* (Geschäftsführer Meinl am Graben). Moderiert wurde die Runde von WEIN & CO Kommunikationsleiterin Monika *Kriwan*.

„Nur langweilige Menschen schenken langweilige Weine“, ist Susanne *Staggl*, Bereichsleiterin bei der ÖWM, überzeugt. Es lohne sich jedenfalls Gedanken zu machen: „Mit einem besonderen Wein verschenkt man einen besonderen Moment in der Zukunft.“ Ein Beispiel? „Wenn Sie einem Freund zum 50er eine Magnum oder Doppelmagnum schenken, die er zu seinem 60er trinken kann, verschenken Sie zugleich ein Erlebnis in der Zukunft.“

Wobei das Schöne auch in der Vergangenheit liegen kann, ergänzt Karin *Schnegdar*: „Die Kunst ist, aus Wein ein emotionales Geschenk zu machen. Es gibt viele Menschen, die mit einem speziellen Wein etwas ganz Persönliches verbinden. Hier muss man nur gut hinhören, um mit Wein ein schönes Erlebnis mitzutransportieren. So gesehen ist es auch keine Frage des Geldes.“

Auch Berthold *Salomon* ist überzeugt, dass es zum Weinschenken Sendungsbewusstsein braucht: „Die Ausgangsfrage ist für mich: Wer bekommt den Wein? Von guten Freunden weiß man ja, was sie gerne trinken. Man kann nun etwas ganz Neues schenken, was aber dem Weingeschmack entspricht, oder aber einfach die nächste Stufe dazu. Liebhabern von österreichischem Rotwein etwa eine besondere Flasche Blaufränkisch Reserve aus dem Mittelburgenland.“ Er selbst sei dazu übergegangen, gleich mehrere Flaschen von ein- und demselben Wein zu verschenken: „Das multipliziert die Freude und der Beschenkte kann den Wein dann auch in seiner Entwicklung kennenlernen.“

Udo *Kaubek* geht einen Schritt weiter – er will nämlich mit besonderen Weingeschenken den Genusshorizont des Beschenkten erweitern: „Ich will ja nicht verschenken, was die Leute ohnehin schon kennen oder trinken, sondern mein Gegenüber überraschen. Daher schenke ich prinzipiell nur, was mir selbst schmeckt.“ Derzeit seien dies vor allem deutsche Rieslinge und Spätburgunder: „Wer kauft diese Weine schon selbst ein? Als Geschenke sind sie aber etwas ganz Besonderes. Ich bin jedenfalls immer gut damit gefahren.“ Schließlich sage ein Weingeschenk ja auch immer viel über den Schenkenden selbst aus. Susanne *Staggl* bestätigt: „Es zeigt, wie wertig einem dieses Thema ist.“

BEI WEIN ZÄHLT DIE BERATUNG

Einig sind sich die Experten, dass gute Beratung bei Weingeschenken das Um- und Auf ist. Oliver *Sartena* dazu: „Man kann mit offenen Fragen sehr viel über den Beschenkten erfahren. Etwa, ob es sich um einen versierten Weinkenner handelt, dann geht es nur um den Wein allein. Wein und vor allem Schaumwein wird aber auch gerne als Lifestyleprodukt verschenkt. Hier gilt: Je mehr Glitzer und Glamour, desto besser.“

Dass Geschenksverpackungen und auch -sets absolut im Trend liegen, bestätigt auch Udo *Kaubek* vom Meinl am Graben: „Wir verzeichnen wieder deutliche Zuwächse bei Geschenkskörben, noch vor ein paar Jahren galten sie ja als weniger sexy.“

Welche Rolle spielen in puncto Beratung Weinempfehlungen in den Medien? Karin *Schnegdar*, in der Kronenzeitung selbst Verfasserin einer Weinkolumne: „Die Reaktionen sind unterschiedlich – und zwar unabhängig vom Preis. Jedenfalls werden sie sehr genau gelesen, den Leuten fällt sogar auf, wenn der angegebene Preis nur 50 Cent unter dem Ab-Hof-Preis liegt.“

***) Aus der internationalen Wirtschaftsredaktion (1):**

Ribera del Duero ist „Wine Region of the Year“

Die spanische D.O. Ribera del Duero wurde von der US-amerikanischen Weinzeitschrift *Wine Enthusiast* mit dem „Wine Star Award“ als Weinregion des Jahres ausgezeichnet. Die Zeitschrift begründet ihre Wahl mit der „Kombination von Weinen höchster Qualität, wunderschönen Sehenswürdigkeiten und aktiver Verbesserung des touristischen Angebots sowie hoher Kundenzufriedenheit“. José *Trillo*, Präsident des Consejo Regulador der Weinregion, äußerte sich stolz über „die weltweit wirkende Anerkennung der Qualität unserer Weine und der harten Arbeit der Weingüter und Weinbauern“.

Die Denominación de Origen (D.O.) Ribera del Duero wurde erst im Jahr 1982 als Qualitätsweinregion anerkannt. Weltberühmte Weingüter wie Vega Sicilia oder Tinto Pesquera erzeugten hier schon lange vorher Spitzenweine. Seit 1982, dem Jahr der Gründung mit nur fünf Bodegas, setzt Ribera del Duero Maßstäbe für spanische und europäische Weinqualität. Die Zahl der Weingüter stieg auf über 260. Sie verarbeiten heute Trauben von 21.000 Hektar Weinbergen. Regelmäßig erhält eine Vielzahl von Weinen der Region weltweit höchste Bewertungen in Weinführern und Fachzeitschriften.

***) Aus der internationalen Wirtschaftsredaktion (2): Parker verkauft sich an Weinhändler**

Dass Robert *Parker jr.*, der umstrittene amerikanische „Weinpapst“ (www.erobertparker.com), zumindest einen Teil seines Verkostungs-Newsletters „The Wine Advocate“ verkauft hat, war in den letzten beiden Wochen das wohl meist diskutierte Thema der Weinwelt. Wie die französische Agentur AFP meldete, soll der Kaufpreis 15 Mio. US\$ betragen haben, wobei aber offenbar nur ein – nicht näher spezifizierter – Anteil an der Publikation den Besitzer gewechselt haben soll. Gemunkelt wird von einer Beteiligung in Höhe von ca. 50 %. Der neue (Mit)Eigner des „Wine Advocate“ ist eine Gruppe von Investoren aus Singapur, letztlich aber wohl nur ein einziger Protagonist, der Weinhändler *Soo Hoo*.

Soo Hoo ist Gründer einer der bedeutendsten Weinhandelsfirmen des asiatischen Raums, *Hermitage Wines*, deren Mehrheit inzwischen seiner Ehefrau, *Josephine Ng Choo Ping* gehört, wie decanter.com berichtet. Von den etwa 1,4 Mio. Aktien der Firma laufen knapp 550.000 auf ihren Namen, ihm gehören immerhin noch gut 530.000.

Vor allem in Online-Medien und Blogs wurde viel darüber spekuliert, dass mit dem (Teil)Verkauf und der evtl. folgende Einstellung der Printversion des „Wine Advocate“ – die Publikation soll in der Folge nur noch online zu beziehen sein –, die definitive Hinwendung zum und Expansion auf den asiatischen Märkten vollzogen werde. Angesichts der seit Jahren bei ca. 50.000 Exemplaren stagnierenden Auflage des WA könnte das tatsächlich eine mögliche Strategie sein. Für eine solche Strategie spräche auch, dass die bisherige Statthalterin Parkers, *Lisa Perotti-Brown*, die selbst in Singapur lebt, bereits jetzt als künftige Chefredakteurin der Publikation kommuniziert wurde.

Die Interessen *Soo's* dürften jedoch ganz anderer Natur sein. Der Weinhändler, der mit seiner Firma einer der big player auf dem Markt von Primeurverkäufen ist, mit starkem Sortiment aus Bordeaux, Burgund und Rhôneal, könnte versucht sein, nicht nur den Weinen seines eigenen Sortiments positive Bewertungen zu sichern, sondern auch ggfs. Insiderwissen über noch nicht veröffentlichte Bewertungen vorab für's eigene Geschäft zu nutzen. Warum sich ausgerechnet die Briten, traditionell eines der Länder mit den stärksten Verbandelungen zwischen Weinkritik und Weinhandel, über diese Art massiver Interessenkonflikte aufregen, erschließt sich uns allerdings nicht wirklich.

(© Eckhart Supp, 24.12.2012, <http://www.enoworldwine.de/aktuell/news/parker-verkauft-sich-weinhaendler>)

***) Termine – Termine – Termine**

- Mittwoch, 16. Jänner 2013, 09:00 – 13:30 Uhr: ÖWM Marketingtag 2013, Austria Center Wien
Willi *Klinger* und das Führungsteam der ÖWM haben dafür ein kompaktes Programm mit den wichtigsten aktuellen Themen zusammengestellt. Willi Klinger wird in seinem Eröffnungsreferat „Gedanken zur Lage“ den Themenkomplex Lagenmarketing ausleuchten und dabei nochmals die klare Position der ÖWM in dieser oft sehr kontroversiell geführten Diskussion darstellen. Susanne *Staggl* analysiert gemeinsam mit der neuen Leiterin des Exportbereichs „Deutschland“, Katharina *Papst*, Österreichs Weinexportentwicklung. Gerhard *Elze* hat die neu geschaffene Position „ÖWM Sommelier“ übernommen und berichtet über unsere Projekte in Gastronomie und Fachhandel mit Schwerpunkt Herkunft.

Barbara *Arbeithuber* präsentiert Ihnen die Endausbaustufe der derzeitigen ÖWM Werbestrategie mit den aktuellen Kampagnen, Sujets und unserem Jahres-Hauptthema 2013 „Weintourismus“.

Eine echte Innovation im Online Marketing stellt Ihnen der zuständige ÖWM Experte Christian *Dworan* vor: Mit Launch des Online Tools „Genuss & Reisen“ erreicht die ÖWM im Sommer 2013 auch beim Webauftritt die letzte Ausbaustufe unter Einbeziehung neuester Technologien mit User-Voting Möglichkeit. Susanne *Staggl* schließt mit einer Kurzdarstellung unserer Social Media Strategie an.

Dazu passt das Thema des heurigen Gastreferenten, Steve *Raye* aus den USA. Seit drei Jahren kooperiert die ÖWM mit Steve's Firma „Brand Action Team“ auf dem amerikanischen Markt und konnte dadurch die Präsenz österreichischer Weine in den US Social Media bedeutend steigern. Steve gibt Einblick in seine Tätigkeit und beantwortet dabei auch die Frage, wie Nischenprodukte durch den strategischen Einsatz neuester Online Taktiken im Verbund mit klassischem Marketing auch bei limitiertem Budget den Bekanntheitsgrad steigern können.

Der letzte Teil des Marketingtags 2013 ist ganz dem Thema DAC gewidmet. Mit der Erstpräsentation der brandaktuellen DAC-Broschüre der ÖWM leitet Willi *Klinger* zum zweiten Gastredner über: Andreas *Wickhoff*, der erst im September in London zum dritten österreichischen Master of Wine gekürt wurde, präsentiert die wichtigsten Ergebnisse seiner auch methodisch äußerst professionellen Dissertation zum Thema „DAC – Chancen und Möglichkeiten des österreichischen Herkunftsmarketings“.

Eine spannende Diskussion dürfen Sie sich von der abschließenden Podiumsdiskussion zum Thema „DAC – Über den Sinn der Verbindung von Herkunft und Weinstil“ erwarten. Willi *Klingers* Gäste sind diesmal neben Andreas *Wickhoff*: Katharina *Tinnacher* (Südsteiermark), Franz *Leth* (Wagram) und DI Rudolf *Schmid* als Experte des Landwirtschaftsministeriums.

Eine Verkostung herkunftstypischer Käse mit und ohne geschützte Ursprungsbezeichnung begleitet von herkunftstypischen Weinen mit und ohne DAC setzt den kulinarischen Schlussakzent am Marketingtag 2013.

Informationen & Anmeldung: Barbara Waxenegger, ÖWM, (b.waxenegger@oesterreichwein.at)

- Freitag, 1. Februar und Samstag, 2. Februar 2013: Nelson International Aromatics Symposium, Moutere Hills Community Centre, Upper Moutere, Nelson, New Zealand
“The Symposium will focus on Riesling and Grüner Veltliner wines from New Zealand and Austria. We are thrilled to welcome Markus *Huber* from Austria, as our key note speaker.”
Mehr Information unter aromatics2013.wineart.co.nz

***) Die Kooperations-Packages für den BBJ-Wein-Newsletter 2013:**

a) Das *Basis-Package* für alle: Um 325 Euro Jahresbeitrag gibt's vier Meldungen im BBJ-Wein-Newsletter 2013 und die Nennung als Partner (mit Adresse und url) in jedem BBJ-Wein-Newsletter (auf Wunsch mit Logo).

b) Das *Top-Jahres-Package* für Top-Partner: Um 549 Euro Jahresbeitrag gibt's eine Verkostung inkl. Weinbeschreibungen und Bewertungen (z. B. Jahrgangsvorstellung; max. 8 Weine) bzw. einen ausführlichen Bericht über einen Event im Jahr (inkl. Weinbewertungen von max. 5 Weinen), fünf Meldungen im BBJ-Wein-Newsletter 2013 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 998 Euro gibt's jährlich 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 2013 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.

Alle Preise ohne gesetzliche Steuern. 2013 erscheinen insgesamt mindestens 26 Newsletters (je zwei im Jänner, Februar und März, drei im April, je zwei im Mai, Juni, Juli, August und September, drei im Oktober, sowie je zwei im November und 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. (LRTC GmbH), 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.

* Mehr als ein halbes Hundert: Am 18. Juli 2012 ist mit der vierzehnten Ausgabe 2012 bereits der 50. BBJ-Wein-Newsletter erschienen!

Die BBJ-Wein-Newsletter-Partner



R A B L

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



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



H I R T L

WEINGUT HIRTL
 Brunngasse 72, 2170 Poysdorf
 Tel.+Fax: +43(0)2552/2182
weingut.hirtl@utanet.at
www.weingut-hirtl.at



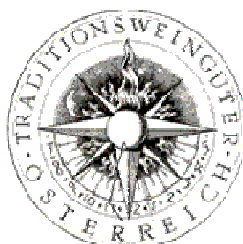
DOMÄNE WACHAU
 3601 Dürnstein 107
 Tel: +43(0)2711/371
office@domaene-wachau.at
www.domaene-wachau.at

WEINGUT STEININGER

WEINGUT STEININGER
 Walterstraße 2, 3550 Langenlois
 Tel: +43(0)2734/2372
office@weingut-steininger.at
www.weingut-steininger.at



WEINGUT WALTER GLATZER
 Rosenbergstraße 5, 2464 Göttlesbrunn
 Tel: +43(0)2162/8486
info@weingutglatzer.at
www.weingutglatzer.at



Verein Österreichischer Traditionsweingüter
 Kloster Und, Undstraße 6, 3504 KREMS-STEIN
 Ansprechpartner: Obmann Michael Moosbrugger
 Tel.+43(0)664 4873704 (Hannelore Geyer)
info@traditionsweingueter.at
www.traditionsweingueter.at