



Noch kein Sand im Export-Getriebe

Deutschland spielt für viele österreichische Winzer eine besondere Rolle. Im Export legten sie zuletzt bei Absatz wie Umsatz zu und erreichten ein Rekordergebnis, während im Heimatmarkt der größte Absatzkanal, die Gastronomie, dicke Einbußen erlitt. Ein großer Teil des weltweiten Absatzwachstums wurde allerdings im bekannt preisaggressivem deutschen Markt und dort vor allem im Lebensmitteleinzelhandel erzielt. Der Durchschnittspreis der Ausfuhren sank deshalb gegenüber dem Vorjahr.

Die Weinexport-Zahlen der Statistik Austria zum Gesamtjahr 2020 boten kurz vor Ostern Anlass zur Freude: Österreichs Weinausfuhren verzeichneten sowohl beim Absatz als auch beim Umsatz Zuwächse. Insgesamt stehen nun 67,4 Mio. l (+6,3 % gg. Vorjahr) Absatz und 187,3 Mio. Euro Umsatz (+2,4 %) zu Buche – ein unverhofft eingetretener neuer Rekord beim Exportwert.

Dieses positive Ergebnis kam überraschend, denn noch wenige Wochen zuvor war die Österreich Wein Marketing GmbH (ÖWM) von einer leicht negativen Exportsumme von rund 62 Mio. l (-2,4 %) bei 175 Mio. Euro (-4,4 %) Umsatz ausgegangen. Basis für diese Prognose waren die 9-Monats-Exportzahlen (bis

einschließlich September 2020) gewesen. Die sich ab Herbst 2020 auf der Nordhalbkugel deutlich verschärfenden Beschränkungen in der Gastronomie ließen Schlimmes befürchten. Doch im vierten Quartal legte der Export stark zu. „Die Exportzahlen 2020 sind eine unglaubliche Leistung der österreichischen Weinwirtschaft!“, freut sich ÖWM-Geschäftsführer Chris Yorke (siehe auch Interview ab S. 24). „Trotz Ausfall aller großen Weinmessen und -events sowie monatelang geschlossener Lokale und Geschäfte konnten wir sowohl bei der Menge als auch beim Wert zulegen. Das zeigt, welche hohe Anziehungskraft Wein aus Österreich inzwischen weltweit hat.“

Den österreichischen Zahlen zufolge (die von den Werten der deutschen Importsta-

tistik im Detail abweichen) wurden im vergangenen Jahr 42,83 Mio. l Wein von Österreich nach Deutschland geliefert (Trend gegenüber Vorjahr: +10,2 %). Im Jahr davor waren es 38,85 Mio. l gewesen. Beim Umsatz ging es dabei laut österreichischen Zahlen nur sanft vorwärts: Nach 85,21 Mio. Euro (in 2019) wurden 2020 rund 86,68 Mio. Euro erzielt (+1,7 %). Im Durchschnitt wurden bei den Ausfuhren nach Deutschland laut Statistik Austria 2,02 Euro/l erzielt.

Beim Gesamtexport legte Österreich in absoluten Zahlen um 4,004 Mio. l zu. Die Ausfuhren nach Deutschland steuerten dabei 3,976 Mio. l zum Wachstum bei.

Die Gesamtbilanz ist allerdings komplexer als diese Zuspitzung auf Deutschland an-

Gesamtexport-Kurve zeigt weiter nach oben

Quelle: Statistik Austria, die Zahlen enthalten Re-Exporte ausländischer Weine.

	2000	2006	2009	2012	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Gesamtexport-Absatz in Mio. l	35,844	51,676	69,535	47,058	48,420	48,378	46,794	52,801	63,357	67,361
Absatz Deutschland in Mio. l	27,360	35,316	50,109	34,382	34,901	33,378	30,836	33,913	38,850	42,826
Gesamtexport-Umsatz in Mio. Euro	40,227	81,536	118,856	131,909	143,376	147,627	158,622	170,059	182,960	187,344
Umsatz Deutschland in Mio. Euro	28,500	44,642	70,536	75,733	75,146	74,451	80,125	83,879	85,207	86,678

Die Top 4 festigen ihre Marktpositionen

Entwicklung nach Herkünften im deutschen LEH (inkl. Discounter + Drogeriemärkte) 2020

	Absatzanteil in %	Absatzveränd. gg. 2019 in %	Umsatzanteil in %	Umsatzveränd. gg. 2019 in %
Deutschland	45,0	↑ +8,8	45,9	↑ +8,8
Italien	16,1	↑ +4,9	19,1	↑ +15,4
Frankreich	11,1	↑ +9,0	11,7	↑ +9,4
Spanien	10,0	↑ +18,8	8,6	↑ +13,3
Österreich	3,1	↑ +11,5	2,9	↑ +9,4

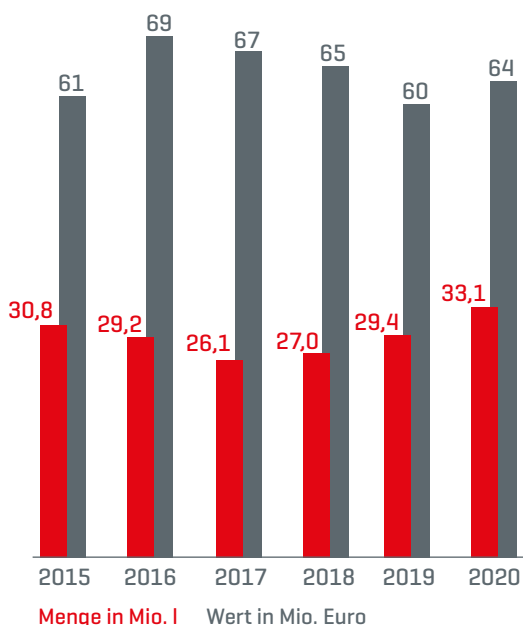
Quelle: NielsenIQ, Berechnungen WEIN+MARKT, Zahlen gerundet

deutet. Zuwächse verzeichneten die Österreicher vor allem in ihren drei wichtigsten Exportmärkten: Deutschland, Schweiz, Niederlande. Nach Deutschland wurden 63,5 % der Gesamtausfuhren geliefert. Deutschland repräsentiert dabei auch 46,3 % der Exportumsätze. Zweitwichtigster Markt (nach Umsatz) war 2020 die Schweiz mit 4,4 Mio. l (+20,1 %) im Wert von 21,4 Mio. Euro (+5,2 %). In die Niederlande führten die Österreicher rund 5,2 Mio. l Wein (+19,2 %) im Wert von 15,4 Mio. Euro (+6,1 %) aus. In Schweden, Norwegen und Kanada wurden zweistellige Zuwachsraten erzielt. Die Exporte in die USA, nach Großbritannien und Tschechien (die ebenfalls zu den Top 10 Exportländern gehören) sowie Belgien waren laut Statistik Austria dagegen rückläufig.

Die deutschen Importzahlen des Statistischen Bundesamts in Wiesbaden (die vom Deutschen Weinbauverband aufbereitet wurden) weisen niedrigere Einfuhrmengen und im Detail abweichende Entwicklungen auf. Im wichtigsten Auslandsmarkt der österreichischen Weinproduzenten erhöhte sich demnach die Einfuhrmenge 2020 gegenüber dem Vorjahr um 12,8 % auf 33,1 Mio. l. Der damit erzielte Wert ging um 4 Mio. auf 64 Mio. Euro (+ 6,7 %) kräftig nach oben. Damit zählte Österreich 2020 zu den dynamischsten Lieferländern des deutschen Marktes. Zu beachten ist, dass das Statistische Bundesamt die

Satter Zuwachs, aber einbrechender Preis

Entwicklung deutsche Weinimporte aus Österreich



Quelle: Deutscher Weinbauverband, Statistisches Bundesamt (vorläufige Zahlen)

Österreich rückt zu den Spitzenplätzen auf

Weinabsatz und -umsatz nach Herkünften 2020 (LEH ab 200 qm, inkl. Discounter)

	Absatzanteil in %	Absatzveränd. gg. 2019 in %	Umsatzanteil in %	Umsatzveränd. gg. 2019 in %
Deutschland	43,5	↑ +6,1	45,4	↑ +10,0
Italien	16,2	↑ +17,6	19,6	↑ +18,4
Frankreich	11,5	↑ +7,3	11,6	↑ +7,6
Spanien	8,3	↑ +13,5	7,8	↑ +11,0
Österreich	3,0	↑ +20,4	2,8	↑ +15,1

Quelle: IRI Information Resources, Berechnungen WEIN+MARKT, Zahlen gerundet

Kofferraum-Importe aus Österreich gar nicht erfasst, bei denen zusätzliche Partien (auch an teureren Weinen) eingeführt werden. Der Durchschnittswert der Importe aus Austria verringerte sich laut deutschen Zahlen allerdings von 2,03 auf nunmehr 1,93 Euro/l.

Der wichtigste Absatzkanal in Deutschland ist der Lebensmitteleinzelhandel (LEH). Österreich gehört dort zu den Top-Performern. IRI Information Resources verzeichnete für österreichischen Wein im Gesamtjahr 2020 im deutschen LEH ein Plus von 20,4 % gegenüber dem Vorjahr. Damit legten die österreichischen Produzenten das stärkste Absatzwachstum unter den Top 5 der wichtigsten Herkunftsländer hin. Nach Umsatz legten die Österreicher laut den Scanner-Daten von IRI um 15,1 % zu.

Im LEH haben nach Ansicht der Marktforscher von Nielsen in erster Linie die Vollsortimenter profitiert, die ganz viele unterschiedliche Produkte aus einer Hand bieten. Das spiegelt sich auch im Handelspanel von Nielsen wider. Die Daten belegen, dass die Verbrauchermärkte und großen Supermärkte im Corona-Jahr 2020 überproportional hohe Zuwächse beim Weinabsatz und -umsatz verzeichneten. Unter den Key-Accounts legten sowohl die Rewe-Gruppe als auch die Edeka-Gruppe sowie die Gruppe der Markant-Mitglieder (kumuliert) eine

bessere Performance hin als der restliche LEH (inkl. Discounter). Den kräftigsten Absatzschub (+11,5 %) bescheinigt Nielsen dabei der Edeka-Gruppe, die größte Umsatzsteigerung (+13,2 %) dagegen der Rewe-Gruppe.

Weine aus Österreich (die 2019 bereits über 30 % zulegen konnten) packten 2020 laut Nielsen nochmal 11,5 % oben drauf. Bei den Österreichern ging das Absatzwachstum allerdings Hand in Hand mit einem sinkenden Durchschnittspreis. Das heißt, die Absatzzuwächse wurden zumindest teilweise durch heftige Preiszugeständnisse erkaufte.

Bewegung in allen Kanälen?

Zu den großen österreichischen Exporteuren gehören seit Jahren die Winzer Krems. Ludwig Holzer, heutiger Geschäftsführer und zuvor langjähriger Exportchef der Winzer Krems konstatiert: „Österreichischer Wein hat in Deutschland in den vergangenen zehn Jahren in allen Vertriebsbereichen zugelegt. Die Präsenz ist von der Top-Gastronomie über den klassischen Fachhandel bis zum Lebensmittelhandel gestiegen.“ Das Unternehmen selbst konnte laut Holzer ebenfalls in allen Bereichen zulegen und den Umsatz in Deutschland im vergangenen Jahrzehnt um rund 130 % steigern. Das historisch bedeutende Kern-

absatzgebiet in Südbayern habe sich erweitert, so dass Weine der Winzer Krems heute auch im klassischen, selbstständigen LEH mit breiten Sortimenten bundesweit vertreten seien. „Wir konnten unseren Umsatz in Deutschland 2020 einmal mehr mit einem Plus von 15 % überproportional steigern“, bilanziert Holzer.

Die Marktforscher von Nielsen geben bei einem Vergleich des Abschneidens nach Farben weitere interessante Hinweise. Beim Weißwein und auch bei Rosés legten sowohl Österreich als auch Deutschland sehr kräftig zu. Bei den Rotweinen schlugen die Österreicher, die dort einen deutlich geringen Absatzanteil als beim Weißwein im LEH für sich reklamieren können, in puncto Dynamik die deutschen Rotweine jedoch um Längen.

„Das kleine Weinland Österreich nimmt international eine Sonderstellung ein. Seine Einzigartigkeit liegt darin, dass es aufgrund seines idealen Klimaraums in einem Radius von nur 140 km alles zu bieten hat, was in der Weinwelt wesentlich ist: Hervorragende Weiß- und Rotweine, Süßweine auf Weltklasse-Niveau und typisch österreichischen Sekt“, meint Christoph Bierbaum, Marketingchef von Lenz Moser. Die Herkunft Österreich sei bei Handel und Verbraucher als „zuverlässiger Garant bester Qualitäten“ und gleichzeitig als gute Adresse für attraktive Neuentdeckungen etabliert. In der seit vielen Jahren dynamischen Wertsteigerung zeige sich, wie attraktiv Wein aus Österreich weltweit sei. Das gelte auch für den stärksten Absatzmarkt Deutschland. „26 % unserer Gesamtproduktion gehen in den Export, davon 65 % nach Deutschland. Somit ist Deutschland unser absolut größter Exportmarkt“, erklärt Bierbaum. „Unser Hauptgeschäft findet im Lebensmittelhandel statt, hier haben wir

auch unsere größten Zuwächse zu verzeichnen. Aber auch in der Gastronomie sind wir vor dem Hintergrund der Corona-Situation noch glimpflich davongekommen.“ Traditionell seien bei Lenz Moser die „typischen Österreicher“ am stärksten nachgefragt, also Grüner Veltliner und Blauer Zweigelt der Lini Lenz Moser, Lenz Moser Selection und Lenz Moser Prestige. „Besonders freut uns, dass der Relaunch der Serie Selection sehr positiv angenommen wurde“, erklärt Bierbaum. Und speziell für die Zielgruppe der 18- bis 30-Jährigen habe das Unternehmen kürzlich zwei neuen Marken-Cuvées „Lenz Dance“ und „Lenz Rock“ kreiert, bei denen nicht eine bestimmte Rebsorte, sondern das Geschmacksbild mit der Herkunft Österreich im Vordergrund stehe.

„Viel Veränderung ist nicht bemerkbar“, fasst Roman Horvath, Geschäftsführer der Domäne Wachau, seine Beobachtungen zum Image der Österreicher im vergangenen Jahrzehnt in Deutschland zusammen: „Ich denke, die Positionierung ist verankert.“ Neu sei vielleicht die Offenheit der Spitzen-Gastronomie in Berlin und einigen anderen Großstädten z. B. für Naturweine und alternative Stile. Die Wachstumsimpulse seien stark von den Zielgruppen und Nischenmärkten abhängig, von denen es viele gebe. „Wir sind breit aufgestellt und haben starkes Interesse, in mehreren Segmenten proaktiv mitzumachen. Wir treffen uns gerne mit Top-Sommeliers und verkosten mit ihnen unsere Rieden-Federspiel und Backstage-Weine. Wir arbeiten mit typischen herkunftsbezogenen Gebiets-Weinen mit einigen Online-Anbietern und sind auch im stationären Weinhandel halbwegs vertreten“, macht Horvath deutlich. Aber grundsätzlich gehe es in Deutschland praktisch fast nur um Grüner Veltliner.



„Wir sind breit aufgestellt und haben ein starkes Interesse, in mehreren Segmenten proaktiv mitzumachen.“

Roman Horvath MW
Domäne Wachau

Rieslinge werde viel weniger als in anderen Exportmärkten nachgefragt. Die allgemein steigenden Exportzahlen, so Horvaths Vermutung, seien hauptsächlich auf günstige Einstiegspreis-Weine für LEH und Discounter zurückzuführen.

Grundlage für mögliche Fasswein-Exporte sind größere Erntemengen in Österreich, wachsende Lagerbestände und ein daraus resultierender Preisdruck sowie zum anderen die im Heimatmarkt (Pandemie-bedingt) stockende Nachfrage in der Gastronomie. Aktuell lässt sich dies aus den vorhandenen Daten nicht eindeutig herauslesen. Der Exportanteil der Flaschenweine am Gesamtexport betrug zuletzt ca. 80 % bei der Menge und 94 % beim Wert. Der Flaschenweinanteil lag 2020 beim Export nach Deutschland mit 78 % nur geringfügig niedriger.

Der größte Jahrgang der Nachkriegsgeschichte wurde in Österreich wohl 1982 mit über 4,9 Mio. hl eingefahren, bevor es mit dem Weinskandal in Österreich zu einer ganzen Reihe von gesetzlichen Änderungen und einer Deckelung der Maximalerträge kam. Im langjährigen Durchschnitt (der vergangenen 60 Jahre) wurden 2,3 Mio. hl geerntet. In den vergangenen 15 Jahren hat sich ein durchschnittliches Niveau von etwa 2,4 Mio. hl herausgebildet.

2020 dürfte als ein Weinjahr der Gegensätze in die Annalen eingehen, kommentiert die ÖWM im Erntebericht: Auf Sonne folgte in rascher Folge Regen, auf Wärme dann Kälte. In Kombination mit den spezifischen Gegebenheiten der Gebiete habe dies viel Fingerspitzengefühl und Geduld der Winzer verlangt. Der September hatte zwei Gesichter:

Österreichischer Rotwein stark im Kommen

Entwicklung nach Farben im deutschen LEH (inkl. Discounter + Drogeriemärkte) 2020

	Absatzanteil in %	Absatzveränd. gg. 2019 in %	Umsatzanteil in %	Umsatzveränd. gg. 2019 in %
Weißwein Deutschland	53,6	↑ +9,3	59,2	↑ +11,2
Weißwein Österreich	4,3	↑ +9,6	4,0	↑ +9,1
Rotwein Deutschland	34,4	↑ +6,0	31,6	↑ +1,3
Rotwein Österreich	2,6	↑ +15,2	2,4	↑ +9,4
Rosé Deutschland	46,3	↑ +14,6	47,6	↑ +19,5
Rosé Österreich	0,4	↑ +20,0	0,7	↑ +16,8

Quelle: NielsenIQ, LEH (inkl. Discounter + Drogeriemärkte) 2020, Berechnungen WEIN+MARKT; Zahlen gerundet



„Traditionell sind bei uns die ‚typischen‘ Österreicher am stärksten nachgefragt, also Grüner Veltliner und Blauer Zweigelt“

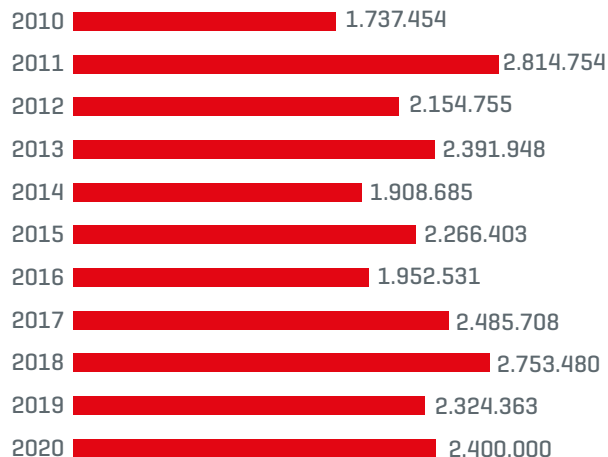
Christoph Bierbaum
Lenz Moser

„Wir haben bereits vor vielen Jahren auf klassisch fruchtige Weine mit moderaten Alkoholgehalt gesetzt. Dieser Weinstil hat sich immer stärker durchgesetzt.“

Ludwig Holzer (r.) mit Obmann
Florian Stöger (l.)
Winzer Krems



Weinernte in Österreich (in Mio. hl)



Weinkonsum Österreich (in Mio. hl)

2015/16	2016/17	2017/18	2018/19
2.417.103	2.359.462	2.352.596	2.452.790

Quelle: Statistik Austria, Dokumentation Österreich Wein

Einerseits verzeichnete er so viele Sonnenstunden wie ein Sommermonat und entsprechend hohe Tagestemperaturen, andererseits kam es gegen Monatsende in vielen Gebieten zu andauerndem Starkregen mit rekordverdächtigen Niederschlagsmengen - die Winzer hatten viel zu tun, um die Gesundheit der Trauben zu erhalten. Mit 2,40 Mio. hl lag die Weinerntemenge im Jahr 2020 (Stichtag 30. November) laut Statistik Austria 3 % über der Erntemenge des Vorjahres und 2 % über dem Mittel der vergangenen fünf Jahre.

Österreicher kaufen anders

Der Pro-Kopf-Verbrauch liegt in Österreich mit etwa 27,7 l pro Person etwas höher als in Deutschland. Der Jahreskonsum in Österreich beträgt im Schnitt etwa 238 Mio. l Wein. Fast 56 % des konsumierten Weins in Österreich werden laut ÖWM normalerweise in der Gastronomie und bei Events (Festen o. ä.) verkauft.

Die Gastronomie spielt im österreichischen Weingeschäft als Absatzmittler und Imageträger also (anders als in Deutschland) die zentrale Rolle. „Österreichs Wirte versuchten und versuchen ihr Äußerstes, um trotz Schließung einen Not-Geschäftsbetrieb aufrechtzuerhalten, etwa durch Lieferungen oder Take-away. So können sie in geringem Ausmaß auch Wein verkaufen. Dennoch musste der Weinabsatz in der Gastronomie im letzten Jahr sehr schmerzhaft Einschnitte hinnehmen“, analysiert ÖWM-Geschäftsführer Chris Yorke. Die ÖWM hat verschiedene Erhebungen von Marktforschern wie Gastro Data gesammelt und geht von einem Absatzein-

bruch von bis zu einem Drittel im wichtigsten Absatzkanal aus. Laut GfK wurden im Jahr 2019 insgesamt rund 137 Mio. l in der Gastronomie konsumiert. Die Nachfrage nach heimischem Wein war 2020 in der österreichischen Gastronomie (wenn sie geöffnet hatte und ausschenken konnte) ungebrochen hoch. Noch immer werden dort einheimische Weine eingelistet und ausländische Positionen gestrichen. 2019 lag der Marktanteil der Österreicher in der heimischen Gastronomie bei 91 % (2003: 84 %). 2020 haben viele österreichische Verbraucher ihren vorherigen Außer-Hauskonsum zu sich nach Hause verlagert und sich dabei vermehrt im LEH eingedeckt. Dabei konnte eine deutliche Bevorzugung der heimischen Erzeuger beobachtet werden. Die Zugewinne im heimischen LEH konnten die Einbrüche in der Gastronomie nach Einschätzung von Marktforschern in Österreich aber nicht voll kompensieren.

Traditionell sind in Österreich auch Einkäufe von Touristen ein nicht zu unterschätzender Wein-Absatzfaktor. 2019 wurden laut ÖWM fast 12 Mio. l Wein an Touristen verkauft. Corona schlug auch hier sehr schmerzhaft zu, speziell in innerstädtischen Bereichen fielen die Übernachtungszahlen ins Bodenlose. „Zwar hatten wir in manchen Weinbaugebieten durch den Zustrom von Heimaturlaubern einen richtigen ‚Weinsommer‘. Dennoch weisen die letzten Zahlen darauf hin, dass der Weinabsatz an Touristen über das gesamte Jahr um fast die Hälfte eingebrochen ist“, erklärt Yorke.

Der Weinbestand 2020 (Stichtag 31. Juli) in Österreich belief sich zuletzt auf 2,93 Mio. hl und lag nur geringfügig unter dem Vorjahres-

wert (-2 %). Der offizielle Weinlagerbestand befand sich 2020, inmitten der Pandemie, also bereits das zweite Jahr in Folge auf einem sehr hohen Niveau. Gegenüber dem Durchschnitt der vergangenen fünf Jahre bedeutet dieses hohe Niveau einen Zuwachs von etwa 14 %. Im vergangenen Jahr entwickelten sich die Weinlagerbestände in den Regionen dabei auch noch unterschiedlich. In Niederösterreich (-2 %), im Burgenland (-5 %) und in Wien (-6 %) entspannte sich die Lage etwas. Die Steiermark verzeichnete hingegen sogar einen Zuwachs (+8 %).

Stark auf Ab-Hof-Verkäufe, Tourismus oder Gastronomie-Belieferung fokussierte österreichische Betriebe könnten vor diesem Hintergrund sogar in finanzielle Schieflage geraten, berichten einige professionelle Marktbeobachter mit Sorge. Manche bei langjährigen Trauben-Lieferanten reservierte Abnahmemengen sollen von einigen erfolgreichen Flaschenwein-Vermarktern 2020 gar nicht abgerufen worden sein, berichten andere. Erfolgreiche Genossenschaften haben derzeit wohl mehr Anfragen zur Mitgliedschaft als in den Vorjahren vorliegen, wollen aber in einer angespannten Situation nur vorsichtig wachsen.

Mangelnden Exporteifer kann man den österreichischen Winzern nicht vorwerfen. Die Datenbank der ÖWM weist 5.136 Weinbaubetriebe aus. Von 1.789 österreichischen Betrieben, die mehr als 30.000 l in Flaschen füllen und somit aus Sicht der ÖWM von der Struktur her vermutlich „exportrelevant“ sein könnten, waren bei unserem redaktionellen Check bereits 587 nach eigener Auskunft im Export nach Deutschland aktiv. Diesen Wert

wirft zumindest die Datenbank der ÖWM für das Exportland Deutschland aus. Florian Schütty, langjähriger Ansprechpartner der ÖWM für den deutschen Markt, sagt, er wäre aber auch nicht überrascht, wenn es 800 wären. „Der deutsche Markt zeichnet sich ja dadurch aus, dass wir hier auf vergleichsweise viel Vorwissen der Verbraucher aufbauen können, die Logistik unproblematisch ist, und die Winzer hier auch Spezialitäten wie Gelber Muskateller oder Zierfandler vorstellen können“, erklärt Schütty. Auch er bestätigt die verstärkte Nachfrage nach Naturwein.

Damit das so bleibt, hat sich das Team der ÖWM eine ganze Reihe von Aktivitäten einfallen lassen. So hat es bereits am 23. November 2020 die erste großangelegte „hybride“ Weinverkostung in Moskau veranstaltet. 32 Winzer auf der einen, 160 Fachbesucher in einem geräumigen Hotelsaal auf der anderen Seite – beide mit Zugriff auf die vor-

gestellten Weine. Der im Januar 2021 online abgehaltene Weinmarketingtag der ÖWM, bei dem Winzer sich fürs neue Jahr inspirieren lassen konnten, zählte rund 700 Teilnehmer – ebenfalls ein Rekord. Bei Veranstaltungen wie „A close look at München“ haben bereits zwei Dutzend österreichische Winzer virtuell Gastronomen und Sommeliers in München besucht. In einer Art Speed-Dating konnten sich Winzer und Gastronomen im kleinen, persönlichen Rahmen kennenlernen. Diese Events, die in ähnlicher Form auch in Hamburg oder Düsseldorf/Köln/Bonn abgehalten wurden, sollen es Winzern innerhalb kurzer Zeit ermöglichen, einen Einblick in die Gegebenheiten einer vinophilen deutschen Großstadt zu erhalten.

Die österreichische Weinmesse VieVinum konnte aufgrund der Entwicklung der Corona-Pandemie nicht wie geplant vom 29. bis 31. Mai 2021 als physische Präsenzveranstal-

tung stattfinden. Als neuer Termin ist jetzt der 11. bis 13. Juni 2022 ins Auge gefasst worden.

Was Veranstaltungen angeht, wird parallel immer mit einem offiziellen Plan A und einem internen Plan B gearbeitet. Das Austrian Tasting Zürich soll Ende August nach bisheriger Planung physisch vor Ort stattfinden. Bei dieser Veranstaltung will die ÖWM gemeinsam mit zahlreichen Winzern nach Zürich reisen, um dem Fachpublikum in der Schweiz eine breite Palette an österreichischen Weinen zu präsentieren. Die erste physische Veranstaltung in Deutschland war bei Redaktionsschluss unter dem Motto „Auf a Achterl durch München“ für den 3. bis 5. September 2021 geplant. Vom 6.11. bis 7.11. ist dann eine große Verkostung unter dem Motto „Land. Wein. Genuss.“ mit 80 österreichischen Winzern im Palmengarten in Frankfurt/Main für Endverbraucher und Fachbesucher geplant.

NACHGEFRAGT

Chris Yorke, Geschäftsführer der ÖWM

Wie haben Sie früher die ÖWM und ihre Arbeit wahrgenommen? Was ist Ihnen aufgefallen, worüber haben Sie sich gewundert, worauf haben Sie vielleicht sogar ein bisschen neidisch geschaut?

Die Arbeit der ÖWM ist mir schon während meiner Zeit bei den New Zealand Winegrowers äußerst positiv aufgefallen. Generell ist der Ruf der ÖWM in der internationalen Weinwelt sehr gut, sie gilt schon seit Langem als eine der weltbesten Weinmarketingorganisationen – und seit ich hier bin, kann ich nur sagen, dass sich der positive Eindruck absolut bestätigt hat!

Was hatten Sie sich persönlich bei Amtsantritt für 2020 eigentlich als Erstes vorgenommen? Und worauf mussten Sie 2020 dann tatsächlich Ihren Fokus prioritär richten?

Ich wollte natürlich so schnell wie möglich in Österreich „ankommen“, alle Gebiete ausgiebig besichtigen und so viele Winzer wie möglich persönlich kennenlernen. Mit dem Eintreten der Pandemie war davon leider nur noch sehr wenig möglich. Den Fokus habe ich mit meinem Team dann schnellstmöglich darauf gerichtet, unsere Winzer über das gesamte Jahr bestmöglich zu unterstützen und proaktiv jene Kanäle zu bespielen, die zum jeweiligen Zeitpunkt offen waren.

Die ProWein und die VieVinum waren in den vergangenen Jahren Fixpunkte im österreichischen Wein-Kalender – wie versucht die ÖWM den Ausfall der Messen zu kompensieren? Geht das überhaupt? Wie kommunizieren die Weinproduzenten ihre Neuheiten jetzt gegenüber potentiellen Geschäftspartnern?

Weinmessen wie die ProWein und die VieVinum hätten im vergangenen Jahr eine zentrale Rolle in unseren Aktivitäten gespielt. Doch die Pandemie machte uns hier einen Strich durch die Rechnung. Um



Chris Yorke hat den Geschäftsführerposten der Österreich Wein Marketing (ÖWM) offiziell am 1. Januar 2020 angetreten – und durfte dann mit Beginn der Corona-Pandemie und dem Ausfall vieler Präsenzveranstaltungen gleich in den Krisen-Modus umschalten und auch das Marketing umstellen.

die weltweite Nachfrage nach Wein aus Österreich aufrechtzuerhalten, verstärkte die ÖWM mit Eintreten der Reisebeschränkungen im Frühjahr 2020 die Kontaktpflege zu allen internationalen Meinungsführern. Zudem verlagerten wir unsere Aktivitäten größtenteils ins Internet und entwickelten eine Vielzahl neuer Formate, um Händler, Sommeliers und Journalisten weiterhin eng an Wein aus Österreich zu binden. Bei 89 Veranstaltungen rund um den Globus konnten im Laufe des Jahres knapp 4.300 Weine von 625 Winzern präsentiert werden.

Sind Sie mit dem Verlauf des Exportgeschäft 2020 [angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen] zufrieden?

Wohin wollen Sie beim Export, wenn die Pandemie irgendwann einmal vorbei ist?

Entgegen allen Erwartungen konnten Österreichs Weinexporte 2020 erneut zulegen: Die Menge stieg laut Statistik Austria auf 67,4 Mio. l (+6,3 %), der Umsatz auf den neuen Höchstwert von 187,3 Mio. Euro (+2,4 %). Neben dem Hauptexportmarkt Deutschland zeigten auch die weiteren Kernmärkte Schweiz und Niederlande nach oben. Während die USA und Asien rückläufig waren, verzeichneten die Monopolmärkte Skandinavien und Kanada besonders hohe Zuwächse.

Die Exportzahlen 2020 sind eine unglaubliche Leistung der österreichischen Weinwirtschaft! Trotz Ausfall aller großen Weinmessen und -events sowie monatelang geschlossener Lokale und Geschäfte, konnten wir sowohl bei der Menge als auch beim Wert zulegen. Das zeigt, welche hohe Anziehungskraft Wein aus Österreich inzwischen weltweit hat. Natürlich bin ich über diese Entwicklung in dieser schwierigen Zeit erfreut.

Mittelfristiges Ziel muss ein Exportwert von 200 Mio. Euro sein. Ich bin überzeugt, dass wir diesen Wert mit gemeinsamer Anstrengung der gesamten Weinwirtschaft in wenigen Jahren erreichen werden.

Deutschland spielt traditionell eine besondere Rolle im Export. Wie wollen Sie in diesem wichtigen Auslandsmarkt neue Impulse setzen?

Deutschland ist nach den USA, Frankreich und Italien der viertgrößte Weinmarkt der Welt. Für die österreichische Weinwirtschaft ist Deutschland der mit Abstand wichtigste Exportmarkt. Im Jahr 2020 wurden laut Statistik Austria 42,8 Mio. l im Wert von über 86,6 Mio. Euro von Österreich nach Deutschland exportiert – davon 33,7 Mio. l in Flaschen gefüllter Wein im Wert von 80,2 Mio. Euro.

Unsere Strategie sieht eine klare Segmentierung des Gesamtmarkts und daraus abgeleitet unterschiedliche, maßgeschneiderte Aktivitäten vor. Somit werden wir im Großraum Frankfurt andere Formate umsetzen als in Hamburg. Dadurch wollen wir unsere Reichweite erhöhen und auch die Relevanz steigern. Auch wollen wir unsere „Glas in Hand“-Strategie weiter ausbauen. Das heißt, wir wollen möglichst viele Möglichkeiten schaffen, bei denen Interessierte unsere Winzer bei einem Glas österreichischen Wein kennenlernen und sich mit ihnen austauschen können – in Zeiten wie diesen eben großteils digital. Klare Vorgabe für das Jahr 2021 ist daher die Umsetzung einer Vielzahl von Formaten, bei denen Winzer teilnehmen und ihre Weine am Markt präsentieren können.

Die Österreicher haben ihre starke Vorreiterstellung im Bereich Biowein und nachhaltige Bewirtschaftung u. a. auf der Millésime Bio vorgestellt. Wohin geht diese Reise? Welche Rolle spielen Biowein und Nachhaltigkeit bei der Profilierung?

Das Weinland Österreich wird international als sehr umweltbewusst angesehen. Grundsätzlich ist es uns im Rahmen all unserer Aktivitäten sehr wichtig, die entsprechenden Bestrebungen des österreichischen Weinbaus im Gesamten zu kommunizieren und dies künftig auch noch stärker zu tun. In diesem Zusammenhang sollen sowohl der biologische und biodynamische Weinbau wie auch die vom Weinbauverband ins Leben gerufene „Nachhaltig Austria“-Zertifizierung mitpräsentiert werden.

Der Anteil an biologischer Bewirtschaftung beträgt aktuell rund 16 %, ein Viertel davon biodynamisch. Das ist eine der höchsten Quoten in der Weinwelt. Die Anzahl der Betriebe, die sich „nachhaltig“ zertifizieren lassen, steigt ständig; die nach dieser Zertifizierung bewirtschaftete Fläche liegt bei über 14 %. Im Export sind die Weine

dieser Weingüter stark überrepräsentiert: 41 % der exportstärksten sind entweder Bio oder nachhaltig zertifiziert.

Jedes Engagement in Richtung Umweltschutz ist wertvoll, und von Konsumentensicht wird dies in Zukunft sicher noch stärker nachgefragt werden.

In den vergangenen Jahren hat sich das DAC-System immer weiter ausdifferenziert – gibt es da neue Entwicklungen, die sich abzeichnen?

Im vergangenen Jahr erhielten zwei spezifische Gebiete DAC-Status: Ruster Ausbruch DAC und Wachau DAC. Zudem gab es bei zahlreichen Verordnungen kleine Adaptionen – dies zeigt für mich klar, dass unser DAC-System ein lebendiges und gelebtes System ist. Größere Änderungen gab es bei Neusiedlersee DAC, in die Verordnung wurden im vergangenen Jahr auch die Süßweine in zwei Kategorien aufgenommen.

Allgemein kann man sagen, dass immer mehr Gebiete bei der Erstellung oder Adaptionen der DAC-Verordnungen die Herkunftspyramide mit Gebietswein, Ortswein und Riedenwein als zentralen Teil sehen.

Österreichische Weine haben in normalen Jahren einen ungewöhnlich hohen Absatzanteil im inländischen Außer-Haus-Konsum. Ist das ein Fluch oder ein Segen? Wird sich durch die Pandemie dauerhaft etwas am Absatzmix im Inland ändern?

Durch die Pandemie wird sich mit Sicherheit einiges an den Konsumgewohnheiten und somit an den Absatzkanälen ändern. Ein Jahr nach dem ersten Corona-Lockdown liegen nun Ganzjahreszahlen zum Weinabsatz in Österreich 2020 vor. Besonders hart traf es wie erwartet die Gastronomie, die 2020 für insgesamt vier Monate, also ein Drittel des Jahres, schließen musste. Steigerungen verzeichnete österreichischer Wein beim Heimkonsum (+17 % Menge, +18 % Wert) und im Lebensmitteleinzelhandel (+16 % Menge, +17 % Wert), wo er sogar einen Rekord-Umsatzanteil von 75 % erreichte. Den Einbruch in der Gastronomie konnten aber auch diese Zuwächse nicht wettmachen.

Vor der Covid-19-Krise wurden am Heimmarkt Österreich rund 55 % der Weine in der Gastronomie und auf Festen konsumiert. Dies war somit der wichtigste Absatzkanal für die heimischen Weine. Hier gilt es in Zukunft, gute Konzepte zu entwickeln, damit sich die Leute sicher fühlen und auch wieder gerne ein gutes Glas Wein zum Essen konsumieren.

Sie haben innerhalb des ÖWM-Teams organisatorisch einige neue Weichenstellungen vorgenommen. Worauf zielen die genau ab?

Es war uns wichtig, die beiden wichtigsten Märkte für den österreichischen Wein – nämlich den Heimmarkt und Deutschland – in einem operativen Bereich zusammenzuführen. Damit wollten wir Synergien schaffen, um diese beiden Märkte noch intensiver und zugleich differenzierter bearbeiten zu können. Somit haben wir hier einen eigenen Bereich geschaffen. Zusätzlich haben wir auch innerhalb der Bereiche einige Umstrukturierungen vorgenommen, um Synergien stärker ausnutzen zu können. Wir haben auch ein Team für andere internationale Märkte geschaffen, insgesamt wollen wir dadurch noch relevanter agieren.

Wir danken für das Gespräch.