

# **BBJ-WEIN-NEWSLETTER 2012\_01**

## **12. JÄNNER 2012**

### **Die Themen:**

- Der Umgang mit alten Jahrgängen – Das Top-Thema von Herbert Braunöck .....2
- Wein, der selig macht - Österreich exportiert immer besseren Wein.....2
- „Alles ist relativ“ – der „Schönheitsfehler“ zu obiger Meldung .....3
- Rieslingsekt „Haus Österreich“ nach traditioneller Flaschengärung und „extra trocken“ .....3
- Neues aus England: Wein in Flaschen aus Recyclingpapier .....3
- Top-Ausflugsziele haben auch im Winter etwas zu bieten – zum Beispiel Wein.....4
- Poysdorf zu Gast auf der Ferienmesse in Wien .....5
- Ein Gipfel für Weinprofis .....5
- Wenn die Korken knallen .....6
- Aus der internationalen Wirtschaftsredaktion
  - (1): Korken knallten bei Champagner-Herstellern auch 2011 .....6
  - (2): Beim Champagner geht der Trend in Richtung Rosé .....7
  - (3): Auktionssaison startet mit Bordeaux-Highlight.....7
- Die Kooperations-Packages für den BBJ-Wein-Newsletter 2012 .....9
- Die BBJ-Partner .....10

Herausgegeben von:

*Herbert BRAUNÖCK – Bernulf BRUCKNER jun. – Paul Christian JEZEK*



**\*) Der Umgang mit alten Jahrgängen – Das Top-Thema von Herbert Braunöck**

Mit dem Schlag der Pummerin wurde alles um ein Jahr älter – auch der Wein. Unsere Kultur begegnet alten Menschen gegenüber eher reserviert. Jugend, Fitness und Leistung stehen im Vordergrund.

Beim Wein verhält es sich ähnlich. Die Weine werden (zu) jung getrunken, sie können oft nicht fachgerecht gelagert werden. Manchem Weinkenner fehlt einfach der Zugang für die Beurteilung alter und gereifter Weine.

Wann hat ein Wein den Höhepunkt seiner Reife erreicht? Wie lange hält ein Weißwein und im Vergleich dazu ein Rotwein? Wie lange vor dem Trinken soll ein Altwein geöffnet und belüftet werden? Gibt es Unterschiede bei der Trinktemperatur zu jungen Weinen? Wie öffnet man einen Flasche Altwein ohne den Korken abzubrechen oder in der vollen Flasche zu versenken?

Genug der Theorie und allfälliger Fragen. Ich habe zuletzt österreichische Weißweine der Jahrgänge 1987, 1988, 1990, 1991 und 1999 aus meiner Weinsammlung verkostet. Seit 1979 lagere ich diese Weine in einem gewachsenen Erdkeller mit einer Jahrestemperatur zwischen 6 und 10 Grad Celsius und einer relativen Luftfeuchtigkeit von über 80 Prozent.

Alle Proben waren gut trinkbar und einige davon befanden sich in einem jugendlichen Zustand. Der GV 1989 von Leo Alzinger aus Unterloiben, der Riesling Steingraben 1991 der Familie Mittelbach, ein Morillion 1999 vom Weingut Erich Polz und ein Morillion 1988 von Peter Skoff waren in einem Topzustand. GV und Riesling steigerten sich in ihrer Präsenz und Anmutung nach dem Öffnen 2 Tage hindurch. Ein Genuss, eine helle Freude und eine schöne Erinnerung an die Zeit vor 25 Jahren.

Es gilt hier eine aus meiner Sicht allgemein gültige Regel: Nur hohe Qualität reift, mindere Qualität wird alt.

Mit den modernen Methoden der Vinifikation werden manche Weine heute so „hergerichtet“, dass sie möglichst vom ersten Tag an den vollen Trinkgenuss garantieren. Diese Weine können sich nach meiner Erfahrung auch durch eine fachgerechte Lagerung nicht mehr entwickeln.

Haben Sie den Mut zu Weinen, die noch nicht ihren Höhepunkt erreicht haben. Haben Sie die Geduld und geben Sie diesen Weinen die Zeit, um dorthin zu kommen. Freuen Sie sich zusammen mit Freunden über die herrlichen Tropfen anlässlich einer Altweinverkostung. (hb) [www.actcom.at](http://www.actcom.at)

**\*) Wein, der selig macht - Österreich exportiert immer besseren Wein**

Österreichs Weinwirtschaft segelt weiter auf Erfolgskurs. Die Exportmenge war 2011 nach zwei Jahrgängen mit schwachen Ernten zwar um ein Viertel geringer als im Vorjahr. Doch der Durchschnittspreis je Liter ist um knapp einen Euro gestiegen. Weinmarketingchef Willi *Klinger*: „Das zeigt, dass wir keinen Wein mehr verschleudern. Alles wird in Flaschen verkauft. Das stimmt mich sehr optimistisch.“

Drei Viertel des österreichischen Weins wird im Inland getrunken, vom Export geht mehr als die Hälfte nach Deutschland, darunter auch Billigwein im Tank. Weinmarketingchef *Klinger* will den deutschen Markt in Zukunft umbauen: „Wir werden weniger mit dem Tankzug rausfahren. Wir werden unseren Wein mit der rot-weiß-roten Banderole versiegelt selbst vermarkten.“

Österreichs Weine sind mit einem Preis von durchschnittlich drei bis zehn Euro je Flasche vergleichsweise günstig für die hohe Qualität. Damit können die heimischen Winzer dort Kunden gewinnen, wo zum Beispiel die teuren französischen Weinbauern schon Kunden verlieren. Spitzenqualität zu Preisen, die man sich auch im Inland leisten kann, lautet das Motto.

Von Krise sei in der Weinwirtschaft nichts zu spüren, stellt Marketingchef *Klinger* fest: „Wirtschaftskrisen wirken sich kaum auf das Weingeschäft aus. Im Luxussegment kann es ein bisschen weniger werden, aber gute Weine im Preissegment zwischen drei und zehn Euro werden sich immer gut vermarkten.“ Allerdings wird weniger im Restaurant getrunken, dafür mehr zu Hause, ist *Klinger* für das kommende Jahr sehr optimistisch: „2011 ist ein sehr guter Jahrgang mit mehr Ernte

als in den Vorjahren.“ Damit stehe 2012 neuen Exportrekorden für die Österreichische Weinwirtschaft nichts mehr im Wege, ist Marketingchef Klinger überzeugt.

**\*) „Alles ist relativ“ – der „Schönheitsfehler“ zu obiger Meldung**

Dass man alles auch ganz anders sehen kann, beweist ein Beitrag aus Deutschland, der obige Zahlen dem Sinn nach zunächst auch absolut bestätigt. Auch wenn die exportierte Gesamtmenge um 23 % auf 34,5 Mio. Liter gesunken sei, habe man den Exportumsatz mit 69,5 Millionen Euro annähernd halten können (– 3,5 %). Dank deutlicher Zuwächse in den USA (+ 9 %), Finnland (+ 48 %), Schweden (+ 27 %), den Niederlanden (+ 14 %) sowie Großbritannien (+ 11 %) habe man die Verluste in Deutschland mehr als kompensieren können.

Aktuell betrachtet sei dies aber aus deutscher Sicht nur die halbe Wahrheit; denn ausgerechnet im Jubiläumsjahr habe die ÖWM einen dramatischen Absatzeinbruch in ihrem wichtigsten Absatzmarkt hinnehmen müssen. Im Gegensatz zur österreichischen Statistik liegen vom Statistischen Bundesamt in Wiesbaden bereits die Oktober-Zahlen vor und die besagen, dass nunmehr seit 16 Monaten in Folge die Exporte ins Nachbarland kontinuierlich sinken. Nachdem es im September kurzfristig nach einer kleinen Erholung aussah, brach der Export im Oktober verglichen mit dem Oktober 2010 um 62 % ein. Auf die ersten zehn Monate des Jahres gerechnet ist das ein Minus von 44 % in der Menge. Da vor allem der Fassweihandel und der Import von Sektgrundweinen fast völlig zum Erliegen gekommen ist, sieht es beim Wert etwas günstiger aus. Allerdings summieren die Zahlen sich auch da zu einem zweistelligen Minus, also deutlich negativer als die ÖWM Prognose. Laut Destatis wurden im Zeitraum Jänner bis Oktober 2011 rund 20 Mio. Liter importiert, im Vergleich zu 35,8 Mio. Liter im Vergleichszeitraum des Vorjahres (– 44 %). Der Wert lag bei 42,1 Mio. Euro im Vergleich zu 52,3 Mio. Euro in den ersten zehn Monaten 2010 (– 19,6 %).

(Quelle: „Weinreporter“, Verlags- und Redaktionsbüro Mario Scheuermann)

**\*) Rieslingsekt „Haus Österreich“ nach traditioneller Flaschengärung und „extra trocken“**

Unter dem Namen „Haus Österreich“ wird seit Jahrzehnten ein klassischer, „trockener“ Rieslingsekt der Winzer Krems produziert. Nun gibt's diesen Sekt – gerade rechtzeitig zur Ballsaison 2012 – erstmals in der Version „extra trocken“ (mit weniger Restsüße dafür aber mehr Charakter) und nach dem Verfahren der traditionellen Flaschengärung hergestellt. In seiner leichtgewichtigen Stilistik zeigt er in der Nase eine feine Steinobstnote, zarte Anklänge an weiße Blüten und die duftige Aromatik frisch gepflückter Pfirsiche. Am Gaumen findet man ein schönes mousseux und eine elegante Frucht- und Säurestruktur. Er eignet sich mit seinen gerade einmal 12 %-vol. ganz hervorragend als Aperitif, aber auch zu Fischgerichten und Schalentieren. Wir haben gleich zu Beginn des Jahres eine Flasche zu Jakobsmuscheln und Shrimps getrunken. Das war eine richtig gelungene Kombination! „Chapeau“ zu diesem Sekt! (bbj) ([www.winzerkrems.at](http://www.winzerkrems.at))



„Der Wein, er erhöht uns, er macht uns zum Herrn und löset die sklavischen Zungen.“  
(Johann Wolfgang von Goethe, 1749-1832)



**\*) Neues aus England: Wein in Flaschen aus Recyclingpapier**

Die Suche nach alternativen Verschlüssen für Weinflaschen hat aufgrund immer wieder beanstandeter Mängel beim Naturkork, dem in der Vergangenheit am häufigsten verwendeten Verschluss, dazu geführt, dass nach einigen Jahren voller Diskussionen über Ästhetik, Funktionalität und Haptik

der Ausweichmöglichkeiten nun viele verschiedene Verschlusssysteme in Verwendung sind. So haben sich mittlerweile je nach Verwendungszweck, Weinqualität und Lagerfähigkeit des Weines sowie persönlichen Präferenzen der Weinliebhaber neben dem traditionellen Kork Kunststoffpropfen, Drehverschluss, Glasstöpsel, Diam-Kork und einige andere mehr etabliert. Nun geht es mit der Diskussion um die Art der Verpackung und Aufbewahrung selbst weiter.

Waren und sind die Kartonverpackungen à la Tetra Pak mit dem Nimbus des für Weinliebhaber praktisch untrinkbaren Billigweins versehen, hat man sich in den letzten Jahren umso intensiver mit Alternativen dazu umgesehen und geforscht. So sind es vor allem ökologische Gründe, die einen Ersatz der Glasflasche sinnvoll erscheinen lassen. Produktion, Transport und Lagerung von Glasflaschen verbrauchen erheblich mehr Energie als Kartonverpackungen. Der Kompromiss, den die sog. Bag-In-Box-Verpackung (kurz BIB) darstellt, besteht aus einem Innenbeutel aus einem Folienverbundmaterial, der mechanisch durch eine Umverpackung (Kartonage) aus Wellkarton gestützt und geschützt wird. Besonders beliebt und weit verbreitet sind diese Weinverpackungen im englischsprachigen Raum (USA, Australien, Neuseeland) sowie in Skandinavien. Nach diesem Prinzip - allerdings in einem festen Verbund zwischen dem inneren Kunststoff-/Folienschlauch und der äußeren (Papier-)Hülle und einem Plastiksraubverschluss - hat nun der Engländer *Martin Myerscough* ein Patent für eine Weinflasche aus Recycling-Papier angemeldet. Die Papierhülle geht wiederum ins Altpapier oder auf den Kompost, die Plastikteile in den Müll; so die offizielle Lesart der Innovation. Mit seiner Firma „GreenBottle“ hat er angeblich seit Beginn des Jahres 2010 bereits über 100.000 Milchflaschen nach diesem Prinzip produziert und abgesetzt. So seien auch bereits die ersten Anfragen von Weinproduzenten aus Australien, Südafrika und Chile eingetroffen. (Quelle: Die Presse, 3. Jänner 2012, Printausgabe)

Wie auch beim Wein in BIBs oder in den Standard-Kartonverpackungen ohne variablen Schlauch im Inneren ist allerdings auch ein Defizit dieser Verpackungsart noch nicht gelöst: Die Luftfeuchtigkeit in einem guten Weinkeller beträgt in der Regel über 60 % - manchmal sogar deutlich darüber bis an die 95 %. Dass eine Verpackung aus Papier oder Karton in diesem Umfeld vermutlich nicht allzu lange überleben wird, weiß jeder, der schon mal eine in einem feuchten Weinkeller gelagerte Flasche bzw. die Reste deren Etiketten gesehen hat. Aber vermutlich wird's in diesem Fall auch wieder so sein wie in den übrigen Anwendungsfällen: Wer Weine kauft, um sie sofort zu trinken, dem wird es wohl egal sein, wie lange die Verpackung überlebt. Wer Weine kauft, um sie zu lagern, reifen zu lassen und sich später an ihnen zu erfreuen, für den wird diese Art der Weinverpackung keine Alternative darstellen. Das hat wenig mit dem in der Presse zitierten „Weinsnob“ zu tun, der sich mit dieser Art der Verpackung nicht anfreunden kann, sondern vielmehr damit, dass die Funktionalität dieser Papierflasche die wesentlichen Aspekte der Reifungsunterstützung und der Lagerfähigkeit von Wein nicht unterstützt; Glas jedoch schon. Somit bleibt nur noch die Frage offen, wie lange es wohl dauern wird, bis eine tatsächliche, nämlich in der Qualität und der Funktionalität wirklich gleichwertige Alternative zur Glasflasche gefunden wird. (bbj)

### **\*) Top-Ausflugsziele haben auch im Winter etwas zu bieten – zum Beispiel Wein**

Die heimischen Top-Ausflugsziele sorgen auch in den Wintermonaten für Abwechslung, so Niederösterreichs Tourismus-Landesrätin Dr. Petra *Bohuslav*: „Sie sind die Speerspitze des niederösterreichischen Ausflugstourismus. Um ein Top-Ausflugsziel zu werden, müssen über 60 Kriterien erfüllt werden. Die Top-Ausflugsziele sind daher nicht nur die größten und bekanntesten niederösterreichischen Ausflugsziele, sondern auch jene mit dem besten Service und dem breitesten Vermittlungsprogramm. So bieten z. B. viele jener Top-Ausflugsziele, die im Winter geöffnet haben, speziell auf Familien ausgerichtete Führungen oder Veranstaltungen an.“

Als Beispiel führt die Landesrätin den vinophilen Genuß an: Denn zum Thema Wein sind in Niederösterreich – auch in der kalten Jahreszeit – erlebnisreiche Ausflüge möglich. In der Weinwelt des Loosium in Langenlois etwa werden auf kreativ-spielerische Weise durch Licht- und Ton-

effekte, Animationen und Exponate die Stationen der Weinwerdung thematisiert. Den Wein nicht nur im Glas erlebbar zu machen, ist auch das Ziel einer Einrichtung der Winzer Krems: „Sandgrube 13 wein.sinn“ heißt ein erlebnisreicher Rundgang, bei dem die Gäste den Kremser Wein in acht Stationen mit allen Sinnen erfahren können. Dem Wein in die Tiefe folgt man indes bei einer Führung durch den Retzer Erlebniskeller.

### **\*) Poysdorf zu Gast auf der Ferienmesse in Wien**

Apropos vinophiler Genuß aus Niederösterreich: Noch bis zum 15. Jänner macht die Weinhauptstadt des Weinviertels Poysdorf auf der Ferienmesse in Wien nicht nur mit ihrem vielfältigen Angebot auf sich aufmerksam, erstmals wird sie sich auch als Standort für die Niederösterreichische Landesausstellung 2013 präsentieren. Kompetente Mitarbeiter der Gästeinformation informieren auf einem eigenen Poysdorf-Stand über das umfangreiche Veranstaltungsprogramm in der Poysdorfer Wein-Erlebnis-Welt *Vino Versum*: Hier finden Sie auf einem Quadratkilometer verschiedene Besucherstationen, ausgehend vom Weinmarkt zur Schlumberger Sektwelt, über den „Wein- und Bibelweg“ bei der Stadtpfarrkirche und die Gstetten bis zu den romantischen Kellergassen rund um das Thema Wein.

Als Fixpunkt bei jedem Poysdorf-Aufenthalt gehören heute sowohl die beliebten Kellergassenführungen und Traktor-Rundfahrten wie auch ein Besuch am Weinmarkt mit bestens sortiertem Wein-Shop dazu. Maßgeschneiderte Programme werden für Gruppen und Individualgäste gerne erstellt. Daneben kann sich der Messebesucher bei ausgezeichneten Weinen wie Poysdorfer Saurüssel und Poysdorfer Stadtwein auf den nächsten Ausflug in die Weinstadt einstimmen. Und bei einem Gewinnspiel werden attraktive Preise wie Nächtigungen im 4\* Hotel oder im Genießerzimmer, Führungen durch die Kellergassen und in die Schlumberger Sektwelt verlost.

Das große Interesse der Messebesucher an der Weinstadt Poysdorf hat bereits Tradition, freut sich Bürgermeisterin Gertrude *Riegelhofer*: „Schön, dass es uns seit Jahren gelingt, auf dieser so wichtigen touristischen Messe einen ersten Vorgeschmack geben zu können, was unsere Besucher bei einem Ausflug oder Urlaub in Poysdorf erwarten können. Zudem stehen wir mitten in den Vorbereitungen für die Niederösterreichische Landesausstellung 2013 und werden dann anlässlich dieses Großereignisses unser Weinerlebnis- Angebot noch mehr ins rechte Licht setzen können“, ist sie schon heute positiv eingestimmt. ([www.poysdorf.at](http://www.poysdorf.at))

### **\*) Ein Gipfel für Weinprofis**

Die Getränkepezialisten Del Fabro und Kolarik & Leeb organisieren erstmals einen „Wein-Gipfel“ für die Gastronomie und den alpinen Tourismus am 18. Jänner 2012 im Hotel Alpina in Obertauern. Für Fachbesucher ist der Eintritt frei. Das Programm:

13 Uhr: Master Class Château Lynch-Bages, 10 Jahrgänge kommentiert von Weinexperten Andreas *Jechsmayr*.

Ab 14 Uhr: freie Verkostung. 20 österreichische und 10 internationale Top Winzer kommen persönlich nach „ganz oben“ und präsentieren je sechs ihrer aktuellen Weine - die Gelegenheit für den großen Überblick

15 Uhr: Master Class La Tyre Château Montus, 10 Jahrgänge kommentiert von Winemaker Karl-Frédéric *Reuter*

Für beide Degustationen ist eine Anmeldung unbedingt erforderlich.

Österreich: *Jalits/Südburgenland, Schützenhof/Südburgenland, Mayer am Pfarrplatz/Wien, Wess/Wachau, Ewald Gruber/Weinviertel, Artner/Carnuntum, Schönberger/Neusiedlersee-Hügelland, Ernst Triebaumer/Neusiedlersee-Hügelland, Weingut Esterhazy/Neusiedlersee-Hügelland, Nehrer/Neusiedlersee-Hügelland, Hagen/Südsteiermark, Umatham/Neusiedlersee, Schöfmann/Weinviertel, Auer/Thermenregion, Pittnauer/Neusiedlersee, Kodolitsch/Steiermark, Höpler/Neusiedlersee-Hügelland, Reumann/Mittelburgenland, Weinrieder/Weinviertel, Nikolaihof/Wachau*

International: Francois *Lurton*/Argentinien, Michele *Chiarlo*/Italien, Alain *Brumont*/Frankreich, *Erste & Neue*/Italien, Peter Jakob *Kühn*/Deutschland, *Errazuriz*/Chile, *Castra Rubra*/Bulgarien, *Ilocki Podrumi*/Kroatien, *Li Veli*/Italien, *Terrazas de los Andes*/Argentinien, *Vega de Toro*/Spanien. 5 Thementische mit je 12 Weinen: Bordeaux - Südtirol - Kroatien - Wien - Große reife Österreicher Donnerstag, 19. 1., ab 14 Uhr Publikumsverkostung der Weine im Hotel Alpina in Obertauern  
14 Uhr: Master Class Veuve Clicquot Champagne Tasting  
16 Uhr: Master Class Biodynamik Doppel-Conference mit Christine *Saahs*/Nikolaihof Wachau und Günter *Schönberger*/Weingut Schönberger Mörbisch  
Für beide Degustationen ist eine Anmeldung unbedingt erforderlich.  
Degustationskatalog bei [www.kolarik-leebe.at/wineandsnow](http://www.kolarik-leebe.at/wineandsnow) bzw. [www.delfabro.at/wineandsnow](http://www.delfabro.at/wineandsnow)

### **\*) Wenn die Korken knallen**

Mit einer leichten Verkaufssteigerung und der Ambition, die Preise im Jahr 2012 zu halten, haben die heimischen Sektproduzenten das abgelaufene Geschäftsjahr mit viel Optimismus beschlossen. Sekterzeuger Karl *Inführ* mit Unternehmenssitz in Klosterneuburg und stellvertretender Landesinnungsobmann des Lebensmittelgewerbes in der NÖ Wirtschaftskammer zu den Ergebnissen von 2011: „Wir werden weiterhin unseren Preis halten, und es wird zu keiner Preiskorrektur nach oben kommen. Die Qualität des Jahrganges ist hervorragend, da es in den Weingärten nur gesundes Material gegeben hat.“

Generell jedoch sind die österreichischen Sekthersteller darin einig, dass die qualitativ hochwertigen Sekte nicht durch übertriebene „Aktionitis“ preislich Schaden leiden sollen. „Dies schlägt sich zwar in einem leicht höheren Preis als dem der Konkurrenz aus dem Ausland nieder, wird aber von den Konsumenten gern bezahlt, bekommen sie doch dafür hundertprozentig österreichische Qualität“, betont der Sprecher der NÖ Sektwirtschaft. Die 2010 mit Einführung des „Tag des Österreichischen Sekts“ am 22. Oktober initiierte Stärkung des öffentlichen Bewusstseins österreichischer Herkunft und Qualität beginnt laut *Inführ* langsam auch in den Köpfen der Verbraucher Fuß zu fassen. Die Konsumgewohnheiten lassen neue Trends erkennen. Sekt wird nicht nur pur genossen, sondern auch als spritziger Zusatz für originelle Cocktails verwendet. „Wir bemerken eine Geschmacksveränderung in Richtung Sekte im extratrockenen und Brut-Bereich. Zuckerbomben beginnen anscheinend an Reiz zu verlieren“, sagt *Inführ*.

Zur Lagerung von Sekt hat der Klosterneuburger Sekthersteller wertvolle Tipps auf Lager, damit Sektliebhaber beim Genuss des Schaumweines nicht herb enttäuscht werden. „Selbst bei kühler, lichtgeschützter Lagerung sollte eine Lagerzeit von maximal drei bis fünf Jahren nicht überschritten werden. Denn bei längerer Lagerung verliert der Sekt Druck und gebundene Kohlensäure“, so *Inführ*. Auch sei zu beachten, dass man Sekte mit herkömmlichem Naturkorken im Gegensatz zum Wein immer stehend aufbewahren soll, weil er sonst an Frische verliere und Gefahr einer Korkgeschmacksbildung bestehe. Die Lagertemperatur soll zwischen neun und elf Grad liegen, ultraviolettes Licht beeinflusse jeden Sekt besonders stark und bewirke einen „unsauberen“ Geschmack.

(<http://wko.at/noe/lebensmittelgewerbe>, <http://infuehr.at>)

### **\*) Aus der internationalen Wirtschaftsredaktion**

#### **(1): Korken knallten bei Champagner-Herstellern auch 2011**

Mit Stil durch die Krise: Die französischen Champagnerhersteller haben auch 2011 mehr umgesetzt. Die Verkäufe von Moët & Chandon, Mumm & Co stiegen im abgelaufenen Jahr wohl um 3,5 %. Vor allem in China und Brasilien, aber auch in den USA griffen die Kunden gern zu und machten damit die Katerstimmung in Europa mehr als wett. Der Verband der Champagnerhersteller (CIVC) geht für 2011 von weltweit 330 Millionen abgesetzten Flaschen aus. Das käme nahe an den Verkaufsrekord von 339 Millionen Flaschen aus dem Jahr 2007, der damals den Umsatz auf 4,5 Mrd. Euro trieb.

Die Branche hat seitdem bewegte Zeiten hinter sich gebracht: 2010 hatte es im Vergleich zum Vorjahr einen Absatzzuwachs von 9 %, 2009 und 2008 hingegen einen Rückgang von 9 bzw. 5 % gegeben. Für die kommenden drei Jahre sagt der Verband Zuwächse von jeweils etwa 2 % pro Jahr voraus. Die meisten Kunden hat die Champagner-Branche in Frankreich, wo 55 % der Gesamtproduktion abgesetzt wird. Größter Export-Markt ist Großbritannien.

Der Markt wird dominiert von den Luxusgüter-Herstellern LVMH mit Marken wie Dom Perignon und Moët & Chandon, der Gruppe Pernod Ricard mit den Marken Mumm und Perrier-Jouet sowie den Spezialisten Lanson-BCC, Vranken und Laurent Perrier.

#### **\*) Aus der internationalen Wirtschaftsredaktion**

##### **(2): Beim Champagner geht der Trend in Richtung Rosé**

Seit einigen Jahren macht sich ein neuer Trend bemerkbar: Partygäste greifen immer häufiger zu Rosé-Champagner. Was zuerst als reine Modeerscheinung galt, hat sich mittlerweile als echte Alternative zum „Champagne brut“ etabliert, wie der Chef-Kellermeister Thierry *Gasco* vom renommierten Champagnerhersteller Pommery versichert.

Seit zehn Jahren steigt die Produktion von „Champagne rosé“ kontinuierlich an. Und mittlerweile stellen alle namhaften Häuser die rosafarbene Variante des prickelnden Getränks her - obwohl sich hartnäckig das Vorurteil hält, der Rosé-Schaumwein sei ein Getränk für Frauen und könne in puncto Qualität nicht mit dem Brut mithalten. „Heute findet der Rosé immer mehr Liebhaber, auch unter Männern“, berichtet *Gasco*.

Dies sei nicht nur in Frankreich so, sondern auch in anderen Ländern, sagt eine Sprecherin des Zentralverbandes der Champagnerhersteller (CIVC) im ostfranzösischen Epernay. Nach ihren Angaben enthielt fast jede zehnte der 134 Millionen Flaschen, die 2010 ins Ausland verkauft wurden, Champagner rosé. Für das laufende Jahr gebe es noch keine abschließende Statistik, doch der Trend zum Rosé habe sich „mit Sicherheit verstärkt“. Dies gelte auch für Deutschland, das nach Großbritannien und den USA drittgrößter Champagner-Abnehmer ist.

Die zartrosa Farbe mache den Champagner eben noch anziehender, erklärt sich François *Domi* den Trend. Der Franzose wacht seit 26 Jahren über die Qualität der Produkte im Hause Billecart-Salmon – das weltweit besonders für seine Rosé-Champagner berühmt ist. Das Anfang des 19. Jahrhunderts gegründete Unternehmen mit Sitz in Mareuil-sur-Aÿ füllt jährlich zwischen 1,5 und 2 Mio. Flaschen ab, von denen 60 % exportiert werden. Fast ein Drittel davon enthält einen Rosé, der aus allen drei (Anm. bbj: für die Champagnerherstellung zugelassenen) Traubensorten hergestellt wird – Chardonnay, Schwarzriesling (Anm. bbj: Pinot meunier) und Blauburgunder (Anm. bbj: Pinot noir). Diese Zusammensetzung ergebe genau die richtige Farbe und zudem ein fruchtiges Aroma, mit einem Hauch Erdbeergeschmack, erläutert Kellermeister *Domi*.

Die Mischung von roten und weißen Trauben ist die gängigste Methode zur Herstellung von „Champagne Rosé“ (Anm. bbj: Und die Champagne ist die einzige Region in Europa, in der die Erzeugung eines Roséweines aus der Mischung von Rot- und Weißweinen erlaubt ist.). Einige wenige Winzer bevorzugen jedoch die Methode, mit der Rosé-Weine gekeltert werden: Dazu wird die Haut roter Weintrauben für eine bestimmte Zeit mit dem Saft getränkt. Winzer Jean-Baptiste *Geoffroy* schwärmt, das Ergebnis sei ein kräftigeres Rosa und ein ausgeprägteres Aroma, das sich deutlicher von dem eines herkömmlichen Champagner unterscheidet. (Anm. bbj: Wie im BBJ Wein Newsletter 2011\_27 berichtet, war der Rosé-Champagner von *Geoffroy* auch der Sieger der internationalen Verkostung von Rosé-Schaumweinen der Fachzeitschrift VINARIA.)

#### **\*) Aus der internationalen Wirtschaftsredaktion**

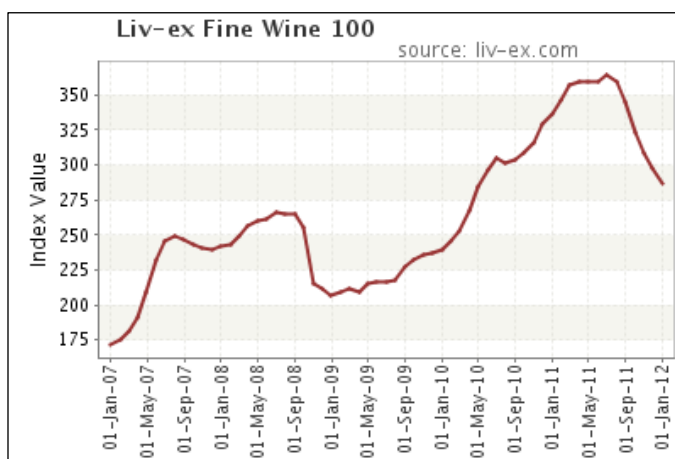
##### **(3): Auktionssaison startet mit Bordeaux-Highlight**

Am kommenden Wochenende (13./14. Jänner) beginnt in Hong Kong die Auktionssaison 2012 mit einem absoluten Bordeaux-Highlight. Bei der ersten Versteigerung des Jahres des Auktionshauses

Acker Merrall & Condit's kommt eine Doppelmagnum Château Lafite aus dem Spitzenjahrgang 1870 unter dem Hammer. Dies dürfte eine der seltensten Flaschen sein, die es derzeit in der Welt der feinen Weine gibt. Sie stammte ursprünglich aus dem Keller des Weingutes und wurde im Dezember 20003 in Paris im Hotel Crillon erstmals versteigert.

Ein weiteres Highlight der Auktion ist eine Kollektion von Château Palmer mit einer kompletten Serie von 1990 bis 2010. Der Katalog umfasst insgesamt 992 Lots meist Bordeaux und rare Burgunder wie komplette Kisten DRC aus den Jahren 1985, 1990 und 2001 sowie einige seltene kalifornische Cabernet wie acht Jahrgänge Screaming Eagle. Dazu kommen noch eine Kiste 2000 Pétrus, sechs Magnums 2000 Lafite and eine Flasche sowie eine Magnum 1949 Latour.

*Anm. bbj: Und auch im letzten Monat des Jahres 2011 ist der Weinpreisindex liv-ex Fine Wines 100 weiter gesunken. Im Dezember verlor er neuerlich 11,63 Punkte oder 3,9 % und fiel auf den tiefsten Stand seit über eineinhalb Jahren (286,33 Punkte). Wir sind daher auf die bei dieser Versteigerung in Hongkong erzielbaren Preise bereits heute gespannt.*





**\*) Die Kooperations-Packages für den BBJ-Wein-Newsletter 2012:**

a) Das *Basis-Package* für alle: Um 319 Euro Jahresbeitrag gibt's vier Meldungen im BBJ-Wein-Newsletter 2012 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 539 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 2012 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 979 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 2012 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.

Alle Preise ohne gesetzliche Steuern. 2012 erscheinen insgesamt 26 Newsletters (noch einer im Jänner, je zwei im Februar, März und April, drei im Mai, je zwei im 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](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.

## Die BBJ-Wein-Newsletter-Partner

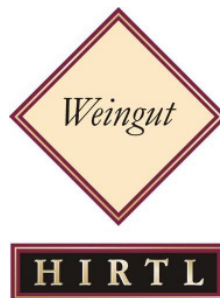
---



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



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



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



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

---