

# BBJ-WEIN-NEWSLETTER 2015\_02

## 29. JÄNNER 2015

### Die Themen:

- Weinbrand – besser als sein Ruf – das Top-Thema von Herbert *Braunöck* ..... 2
- Winzer Krems verkaufen bald jede zweite Flasche im Ausland ..... 2
- Kamptaler Wein im „Haus Ski Austria“ in Vail ..... 3
- Sektsteuer: Drei Millionen Einnahmen versus 65 % Umsatzminus ..... 3
- Neues Zertifikat für nachhaltig produzierte Weine ..... 4
- Neuer Studiengang „International Wine Business“ an der IMC FH Krems ..... 5
- Aus der Wirtschaftsredaktion
  - (1): Die transatlantische Weinverbindung (zwischen Kalifornien und Österreich) ..... 6
  - (2): Hawesko – die (beinahe) unendliche Geschichte ..... 6
- Aus der Wissenschaftsredaktion:
  - Wer länger arbeitet, greift eher (zu oft) zur Flasche ..... 7
- Termine – Termine – Termine ..... 8
- Die Kooperations-Packages für den BBJ-Wein-Newsletter 2015 ..... 10
- Die BBJ-Wein-Newsletter-Partner ..... 11

Herausgegeben von:

Herbert BRAUNÖCK – Bernulf BRUCKNER jun. – Paul Christian JEZEK

KAMPTAL WINERY

R A B L

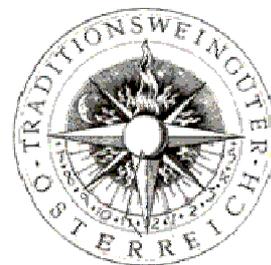
Weingut

H I R T L

WINZER KREMS  
Sandgrube 13

DOMÄNE  
WACHAU

glazer



### \*) **Weinbrand – besser als sein Ruf – das Top-Thema von Herbert Braunöck**

Die kalte Jahreszeit braucht einen Seelenwärmer. Der Weinbrand oder Cognac, wie die Franzosen sagen, hat das Potential ein wenig Freude in den Winter zu bringen. Österreich verfügt über hervorragende Weiß- und Rotweine. Wie ist das aber mit dem Weinbrand? Als Billigprodukt und Rauschbeschleuniger in Verruf geraten, war es seit jeher unschick über Weinbrand zu sprechen.

Wer auf sich hielt hatte einen Cognac zu Hause, mindestens XO und 30 Jahre alt. Das jahrelange perfekte Marketing der Moustacheträger katapultierte dieses Produkt in schwindelerregende Preishöhen.

Dem Weinbrand blieb nur die Küche. Er wurde von Kochexperten zur Verfeinerung der Speisen verwendet.

Seit geraumer Zeit gibt es nun den Veltlinerbrand. Die Wachauer Weingilde hat vor Jahren damit begonnen, aus gutem Veltliner Wein ein bemerkenswertes Destillat zu erzeugen. In Kupferkesseln zweimal gebrannt, bis zu 30 Jahre im kleinen Holzfass gelagert, haben sie einen Veltlinerbrand auf den Markt gebracht, der ... :

Bei einer verdeckten Cognac/Weinbrand Verkostung – also ohne den Placebo Effekt des Etiketts einer französischen Luxusmarke – schnitt ein 20jähriger Veltlinerbrand Reserve X.A. der Domäne Wachau hervorragend ab. Allerdings kostete die 0,5-l-Flasche nur 19,90 €, ein Makel, der bei Etikettentrinkern als absolutes „NoGo“ gilt.

Zu finden ist dieser auch bereits von Falstaff und VINARIA ausgezeichnete Weinbrand auf der Homepage der Domäne Wachau unter [www.domaene-wachau.at/Veltlinerbraende.115.0.html](http://www.domaene-wachau.at/Veltlinerbraende.115.0.html) sowie direkt im Shop:

[shop.domaene-wachau.at/de/Braende-Likoere/Weinbraende/Veltlinerbrand-Reserve-X-A-20-Jahre.html](http://shop.domaene-wachau.at/de/Braende-Likoere/Weinbraende/Veltlinerbrand-Reserve-X-A-20-Jahre.html)

(hb) ([www.actcom.at](http://www.actcom.at), [www.urbani-ritter.at](http://www.urbani-ritter.at))



„Der Wein macht das Gehirn sinnig,  
schnell und erfinderisch,  
voll von lebenden, feurigen  
und ergötzlichen Bildern.“

(William Shakespeare)



### \*) **Winzer Krems verkaufen bald jede zweite Flasche im Ausland**

Ein sehr erfolgreiches Auslandsgeschäft betreiben die Winzer Krems, Österreichs größter Qualitätsweinproduzent. „Mittlerweile verzeichnen wir einen Exportanteil von mehr als 40 %“, sagt Winzer Krems-Geschäftsführer Franz *Ehrenleitner*. Beim Absatz auf dem internationalen Markt stehe der Grüne Veltliner, Österreichs Paradesorte, im Vordergrund, „aber auch der Zweigelt hat als heimische Spezialität schon viele Weinfreunde im Ausland gefunden“. Mit Abstand wichtigster Exportmarkt für die Winzer Krems ist Deutschland. In Europa gehen große Mengen der Qualitätstropfen von der bekannten Adresse „Sandgrube 13“ außerdem in die Niederlande, nach Dänemark, Belgien, Großbritannien und Irland. In Übersee zeigen die Winzer Krems-Weine in den USA, Kanada und Japan kräftig Flagge. „Bei unseren Exportaktivitäten konzentrieren wir uns auf jene Märkte, die stabil sind“, erklärt *Ehrenleitner*.

Ein echtes "Heimspiel" steht den Winzern Krems bald in Österreich bevor: Bereits zum 14. Mal werden sie beim Wiener Opernball am 12. Februar fünf ihrer Spitzenweine ausschenken. Dabei handelt es sich um die Sorten Riesling, Grüner Veltliner, Gelber Muskateller, St. Laurent und Zwei-

gelt. Ausgeschenkt werden die Qualitätstropfen beim eigens eingerichteten „Opernball-Heurigen“, der Grüne Veltliner auch noch in allen Logen.

Die Winzer Krems stehen im Eigentum von 980 Weinbauern aus den Weinbaugebieten Wachau und Kremstal. Zusammen bewirtschaften sie eine Rebfläche von 990 ha. Zu 70 % wird Weiß-, zu 30 % Rotwein gekeltert. Die durchschnittliche Jahresproduktion liegt bei sechs Millionen Flaschen.

### **\*) Kamptaler Wein im „Haus Ski Austria“ in Vail**

Wer bei den Alpinen Ski-Weltmeisterschaften in Vail/Beaver Creek (2. bis 15. Februar) die Goldmedaillen holen wird, ist ungewiss. Sicher ist eines: Wenn im „Haus Ski Austria“ auf österreichische Siege angestoßen wird, dann ist Wein aus dem Kamptal im Glas. Auch beim derzeit in Vorarlberg und Liechtenstein stattfindenden Europäischen Olympischen Jugendfestival (25. bis 30. Jänner) ist das Ursin Haus offizieller Weinpartner des ÖOC.

St. Moritz, Bormio, Oberstdorf, Val d'Isere, Garmisch-Partenkirchen, Schladming, Sotchi – wo immer in den letzten Jahren alpine Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele über die Pisten gingen, waren Spitzenweine aus dem Kamptal Teil des gesellschaftlichen Geschehens. Mit den Weltmeisterschaften im amerikanischen Vail/Beaver Creek steht jetzt das nächste sportliche Großereignis vor der Türe. Dass Rot-Weiß-Rot dort nicht nur in sportlicher Hinsicht einen bemerkenswerten Auftritt haben wird, dafür sorgt der Österreichische Skiverband mit dem legendären „Haus Ski Austria“. Hier treffen einander Sportler, Betreuer, Sponsoren, Medienvertreter und Ehrengäste, hier werden Pressekonferenzen abgehalten, hier steigen die obligaten Medaillenfeiern.

Kamptaler Wein wird an diesem Brennpunkt österreichischer Gastfreundschaft und Sportbegeisterung einen wichtigen Platz einnehmen. Dafür sorgen heuer Weine der Spitzenweingüter *Bründlmayer, Loimer, Rabl, Steininger, Topf, Allram* und Schloss *Gobelsburg*. Die Weine werden von den Winzern zur Verfügung gestellt, die Logistik und Organisation übernimmt das Ursin Haus, die große Gebietsvinothek in Langenlois. „Die Präsenz von Langenloiser Weinen in Vail/Beaver Creek ist eine Marketingmaßnahme, die weit über gewöhnliches Sponsoring hinausgeht. Olympische Spiele und Weltmeisterschaften sind eine ganz besondere Bühne für den Kamptaler Wein.“, freut sich Tourismus-Geschäftsführer Wolfgang Schwarz.

Profitieren werden davon alle: Das Weinbaugebiet Kamptal, die Stadt Langenlois mit ihrem touristischen Angebot und die Winzer selbst. Und natürlich die Gäste des „Haus Ski Austria“, die mit Grünem Veltliner und Riesling mitten in den USA den Geschmack des fernen Kamptales genießen können.

### **\*) Sektsteuer: Drei Millionen Einnahmen versus 65 % Umsatzminus**

Dass Steuererhöhungen in der Absicht, damit Mehreinnahmen zu erzielen, kontraproduktiv sein können, erleben derzeit Niederösterreichs Sekthersteller. „Unsere Branche hatte von Jänner bis September 2014 einen Umsatzeinbruch von rund 65 %, nicht nur in Niederösterreich, sondern österreichweit“, teilt Karl *Inführ*, Chef des gleichnamigen Sektherstellers in Klosterneuburg sowie Innungsmeister dieser Branche in der NÖ-Wirtschaftskammer mit. Übers Jahr gesehen, einschließlich des wichtigen Weihnachtsgeschäfts, betrage der Rückgang noch immer rund 20 bis 30 %. Dass die derzeitige Ballsaison dafür sorgt, dass der Start im Jahr 2015 besser ausfällt, schließt Inführ aus: „Die Ware für die Ball- und Faschingssaison wird bereits zusammen mit der Weihnachtsware gekauft. Schließlich bekommt der Händler für mehr Menge günstigere Konditionen.“

Obwohl die Schaumweinsteuer auch eine höhere Mehrwertsteuer zur Folge hat, muss der Staat letztlich mit weniger Steuereinnahmen auskommen. „Es wird eben viel weniger Sekt gekauft, das bedeutet auch weniger Mehrwertsteuereinnahmen“, sagt *Inführ*. Die Konsequenz für die Betriebe: „Viele haben die Investitionen gestoppt. Und natürlich mussten auch Arbeitsplätze abgebaut werden“, bedauert der Innungsmeister, aber damit nicht genug. „Auch die Winzer leiden, Niederösterreich ist mit dem Weinviertel besonders betroffen. Unser Unternehmen beispielsweise hat zwar

gute Verträge mit den Weinbauern, wir bezahlen diese gut, aber wenn der Rückgang so weiter geht, kann ich mich als Unternehmer auch nicht mehr an diese Verträge halten und muss neu verhandeln.“

Noch eines komme dazu: Die ganze Arbeit der Branche in den letzten Jahren – auch mit Rückhalt der Wirtschafts- und Landwirtschaftskammer –, wie etwa die Einführung des Tages des Österreichischen Sekts am 22. Oktober, werde zunichte gemacht. „Wir haben uns mühsam hochgearbeitet“, sagt *Inführ*, „und 2013 wurden in Österreich 25 Millionen Flaschen Sekt verkauft. Nicht zuletzt deswegen haben wir uns als Branche – kurz vor der Wiedereinführung der Schaumweinsteuer – sogar dazu überreden lassen, einen AMA-Beitrag zu leisten. Wenn es keine Steuer gäbe, müssten wir das tun, so das Argument. Jetzt haben wir beides.“

An den entscheidenden Stellen der Politik findet der Wirtschaftskämmerer keinen Rückhalt „Ich komme mir gepflanzt vor, wenn ich vom Bundeskanzleramt auf meine Frage, warum denn die Schaumweinsteuer notwendig sei, die Antwort erhalte, von Jänner bis September 2014 seien damit drei Millionen Euro an Steuer eingenommen worden.“ Im aktuellen Bericht zur geplanten Steuerreform gehen die Experten sogar davon aus, dass bis zur geplanten Sistierung der Schaumweinsteuer im Jahr 2018 rund 35 Millionen Euro eingenommen werden sollen. „Das kann für viele“, so *Inführ*, „gerade für einige Weinbauern in Niederösterreich, zu spät zu sein, aber vielleicht wissen wir Ende März mehr, wenn die endgültige Fassung der Steuerreform feststehen sollte. Vielleicht können wir ja dann doch noch feiern – mit Sekt.“

Siehe zu dieser Diskussion auch das auf der Homepage des Finanzministeriums veröffentlichte folgende Dokument: [www.bmf.gv.at/karussell/bericht\\_Steuerreformkommission.pdf](http://www.bmf.gv.at/karussell/bericht_Steuerreformkommission.pdf)

#### **\*) Neues Zertifikat für nachhaltig produzierte Weine**

Die österreichischen Winzer können sich ab dem Frühjahr für eine nachhaltige Produktion zertifizieren lassen. Der Weinbauverband hat dafür neun Kriterien definiert und mit dem Österreich Wein Marketing (ÖWM) die Kampagne „Winzer mit Weitblick“ kreiert. „Das System ist eher streng, wir freuen uns wenn einmal 100 von den 6.000 Betrieben dabei sind“, sagt ÖWM-Geschäftsführer Willi *Klinger*. Das neue Nachhaltigkeitsprogramm sei kein Marketinggag, so der Weinbaupräsident Johannes *Schmuckenschlager* bei einem Pressegespräch im Rahmen der Grünen Woche in Berlin. Man komme damit einem Trend nach, in Kalifornien werden schon 90 % der Weine nachhaltig produziert.

2014 hatten die Winzer „schwierige Erntebedingungen“, die Ernte werde bei rund 2 Mio. hl für ganz Österreich liegen und damit weit unter dem Durchschnitt. Es sei ein sehr fruchtiger, nicht allzu alkoholreicher Jahrgang, erklärte *Schmuckenschlager*. Bei den Exportzahlen gab es wieder Zuwächse, sowohl bei der verkauften Menge als auch beim Wert. Die genauen Zahlen für das Weinjahr 2014 liegen noch nicht vor.

Das Konzept für das neue Zertifikat wurde seit 2012 gemeinsam mit Experten, darunter die Universität für Bodenkultur (Boku) in Wien, ausgearbeitet. Den Winzern steht online ein Selbst-Evaluierungstool zur Verfügung, wo sie in einem ersten Schritt überprüfen können, inwieweit ihre Produktion bereits den definierten Kriterien entspricht. Die Zertifizierung kostet den Betrieben je nach Größe jährlich zwischen 200 und 400 Euro und ist für konventionelle und biologische Betrieben gleichermaßen möglich. Bei kleineren Betrieben ist sie drei Jahre gültig, große Winzer müssen sich jedes Jahr neu zertifizieren lassen, sagte Josef *Glatt*, Geschäftsführer des Österreichischen Weinbauverbandes. Eine große Werbekampagne will die ÖWM vorerst nicht machen, es gelte einmal die ersten Betriebe für die Zertifizierung zu motivieren.

Anders als beim Wein, werde jedoch viel Werbung für die Höherpositionierung des heimischen Sekts gestartet. Es wurden drei Qualitätsstufen für Sekt entwickelt und für diese werden nun Namen für die Kennzeichnung der Produkte entwickelt. Bei den drei Stufen ist etwa die Herkunft ein wich-

tiges Kriterium und während bei der ersten Stufe kein engerer Kreis als Österreich angegeben wird, kommt es in der höchsten Stufe zur Eingrenzung bis auf eine Gemeinde.

Neben der Kennzeichnung des heimischen Sekts für die Konsumenten wolle man die Qualitätskriterien im Weingesetz verankern. „Wir hoffen, dass wir noch vor dem Sommer einen Abschluss haben können“, sagte *Klinger*. Die öffentliche Kampagne wolle man bis zum Tag des Österreichischen Sekts Ende Oktober umsetzen.

### **\*) Neuer Studiengang „International Wine Business“ an der IMC FH Krems**

Die IMC FH Krems macht mit dem neuen, zukunftsorientierten Bachelorstudiengang „International Wine Business“ erneut auf sich aufmerksam: Ab September 2015 wird dieser als Vollzeitstudium in ausschließlich englischer Sprache angeboten. Der Studiengang verbindet Praxis und fachspezifisches Know-how mit betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen speziell für die Weinwirtschaft – mit diesem Fokus ist er in Österreich einzigartig. Die Studierenden werden optimal auf eine spätere Karriere in Familienbetrieben, im Fachhandel, in der internationalen Weinwirtschaft sowie in Import- und Exportbetrieben vorbereitet. Die Anmeldung ist bereits jetzt möglich.

Mit dem neuen Studiengang ist die IMC FH Krems erneut einen Schritt voraus und reagiert bereits heute auf den Wissensbedarf von morgen. „Die Weinwirtschaft ist ein hochinteressanter Businesssektor, der, wenn er professionell betrieben wird, zukünftig noch viel Entwicklungspotenzial hat“, so der designierte Studiengangsleiter Dipl. Betriebswirt (FH) Albert Franz *Stöckl*, MA. *Stöckl* blickt auf fünfzehn Jahre Erfahrung in Gastronomie und Hotellerie in Wien, London, Düsseldorf, Clermont-Ferrand und Südtirol zurück. Am Lehrplan des neuen IMC FH Krems Studiengangs stehen Business Administration, Finanzierung, Marketing und Personalmanagement ebenso wie Fachkenntnisse zum internationalen Weinhandel, Weinanbau, Weinproben, Teamarbeit und Praktika. Vom Anpflanzen der ersten Weinrebe bis hin zur großflächigen, internationalen Vermarktung des edlen Tropfens sollen alle notwendigen Kenntnisse und Fertigkeiten in sechs Semestern vermittelt werden.

Grundlegende Kenntnisse aus Betriebswirtschaft und Marketing sowie Fachwissen über den Weinbau und -handel bilden eine wichtige Basis für den späteren Erfolg der Absolventinnen und Absolventen. Zudem müssen Studierende im fünften Semester 22 Wochen lang ein verpflichtendes Berufspraktikum im Ausland absolvieren. Die Einblicke in praktische Abläufe sind für später wertvolle, berufsrelevante Erfahrungen, außerdem können Studierende so optimal auch internationale Kontakte knüpfen. „Der Studiengang ist eine moderne, anspruchsvolle und praxisorientierte Ausbildung, die allen weininteressierten Menschen sowohl aus produzierenden als auch konsumierenden Ländern die Möglichkeit bietet, sich von Anfang an in der internationalen Weinwelt zu bewegen und sich mit den Besten der Besten zu vernetzen“, so Studiengangsleiter *Stöckl*.

Der Anbau von Wein ist oftmals ein Familienbusiness – viele Weingüter werden von Generation zu Generation weitergegeben. Doch der Konkurrenzdruck ist hoch, ebenso wie die Anforderungen der Konsumentinnen und Konsumenten. Oftmals fühlen sich die eigentlichen Nachfolgerinnen und Nachfolger in Familienbetrieben der Aufgabe der erfolgreichen Betriebsführung nicht gewachsen und führen daher den Weinbau nicht fort. Aber auch viele große Weinbetriebe, nicht nur in Österreich, sondern in ganz Europa, klagen über den Mangel an kompetenten Führungskräften. Genau auf diesen Bedarf an hochqualifizierten Führungskräften mit breitgefächelter Betriebsführungskompetenz und fachspezifischem Know-how im Weinanbau und -handel reagiert die IMC FH Krems mit ihrem neuen Studiengang.

Nähere Informationen zum Studiengang „International Wine Business“ sowie zum Gesamtstudienangebot der IMC FH Krems gibt's beim IMC openhouse am 21. März von 9 bis 15 Uhr am Campus Krems. ([www.fh-krems.ac.at](http://www.fh-krems.ac.at))

**\*) Aus der Wirtschaftsredaktion (1):****Die transatlantische Weinverbindung (zwischen Kalifornien und Österreich)**

„Die Landschaft, Menschen, Qualität, Kultur und der Lifestyle prägen die Exportstrategie kalifornischer und österreichischer Boutique Weingüter“, zeigte Weingut Esterhazy-Geschäftsführer Stefan *Tscheppe* beim AmCham Talk der American Chamber of Commerce im Hilton Vienna Plaza Parallelen zwischen den Märkten auf. Mit 6.000 Weingütern im Vergleich zu 3.400 im Sunshine State verfügt Österreich über eine kleinteilige Struktur, wobei sich auch hierzulande eine Konsolidierung am Weinmarkt abzeichnet, die von großen Herstellern getrieben wird und für Boutique Weingüter Chancen bietet. „Die Herkunft ist der entscheidende Faktor und Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung“, betonte *Tscheppe*. Qualitätsweine profitieren auf beiden Seiten des Atlantiks von der zunehmenden Bedeutung im modernen Lifestyle und erfreuen sich auch in den Heimatmärkten großer Beliebtheit: 76 % der heimischen Weinproduktion werden in Österreich konsumiert, während 61 % der kalifornischen Weine in den USA getrunken werden.

Boutique Wineries sind auf internationalen Vertriebsmärkten mit einer Konsolidierung auf marktdominierende Händler wie Sams Club, Hawesko oder Costco konfrontiert. Zudem verlange der Markt laufend nach Innovationen und aufwendiger Betreuung alternativer Vertriebswege, die *Tscheppe* als große Herausforderung für kleinere Hersteller sieht. Große Chancen ortet er insbesondere aufgrund der hohen internationalen Wertschätzung für Qualitätsweine aus Österreich und Kalifornien in den Nischenmärkten, wo sich das Qualitätsbewusstsein weiter entwickelt. Signifikant sei die hohe Bindung der Konsumenten sowohl in der Alpenrepublik als auch in Kalifornien an die handelnden Menschen in den Weingütern: „Persönliche Weiterempfehlung ist das wichtigste Marketingtool im Qualitätssegment, das zum wirtschaftlichen Erfolg führt“, spricht *Tscheppe* abschließend aus langjähriger Erfahrung, davon acht Jahre in den USA.

Mehr als 10 % des österreichischen Weinexports gehen zu einem Durchschnittspreis von vier Euro pro Liter in die Vereinigten Staaten. Nach den Nachbarländern Deutschland und Schweiz sind die USA damit der dritt wichtigste Exportmarkt für edle Tropfen aus Österreich. 2012 konnten in den Vereinigten Staaten erstmals wieder die Umsatzniveaus der Jahre vor der Wirtschaftskrise von 2008/2009 erreicht werden. Das gesamte österreichische Exportvolumen (nicht nur in die USA) belief sich 2012 auf etwa 131 Mio. Euro, während Weinexporte aus Kalifornien einen Umsatz von 1,14 Milliarden Euro generierten. ([www.amcham.at](http://www.amcham.at))

**\*) Aus der Wirtschaftsredaktion (2): Hawesko – die (beinahe) unendliche Geschichte**

Der Machtkampf um die künftige Ausrichtung des deutschen Weinhändlers Hawesko ist entschieden. Vorstandschef Alexander *Margaritoff* werde zum 30. Juni sein Amt niederlegen, teilte das Unternehmen mit. Zudem werde *Margaritoff* seine Anteile von rund 30 % an den Hawesko-Aufseher und Großaktionär Detlev *Meyer* und dessen Holding Tocos verkaufen. „Vorstand und Aufsichtsrat bedauern diesen Entschluss“, hieß es in einer Mitteilung der Firma. Als Gründe für seinen Rückzug habe *Margaritoff* „unterschiedliche Vorstellungen über die zukünftige Strategie und Art der Unternehmensführung“ zwischen ihm und *Meyer* angegeben. Er werde sich vollständig aus dem Unternehmen zurückziehen, erklärte *Margaritoff*. Der Manager hatte Hawesko 1981 von seinem Vater übernommen und zu einem der führenden Weinhändler Europas entwickelt.

Zuletzt hatte Hawesko mit einem Übernahmekampf Aufsehen erregt. Großaktionär *Meyer* – seine Holding Tocos verfügte nach eigenen Angaben bereits über mehr als ein Drittel des Grundkapitals – unterbreitete für Hawesko ein Übernahmeangebot und bot dabei 40 Euro je Aktie. Dies aber lehnte der Vorstand ab. Eine für den 26. Jänner geplante Hauptversammlung, auf der *Meyers* Angebot erörtert werden sollte, war abgesagt worden. *Meyer* erklärte, er begrüße es, dass *Margaritoff* sein Angebot annehmen wird. Dadurch würden „eindeutige Eigentümerverhältnisse und damit die Voraussetzungen für die zukünftige Ausrichtung von Hawesko geschaffen“.

Der Hawesko-Konzern ist in den drei Geschäftsfeldern Versandhandel, Groß- und Einzelhandel tätig. Zu dem Unternehmen gehört auch die Filialkette Jacques' Wein-Depot mit 284 Niederlassungen in Deutschland und 2 in Österreich. Der Konzernumsatz soll 2014 bei rund 465 Mio. Euro liegen, das Ergebnis vor Steuern und Zinsen bei 24 bis 25 Mio. Euro. Das Unternehmen beschäftigt 925 Mitarbeiter.

**\*) Aus der Wissenschaftsredaktion: Wer länger arbeitet, greift eher (zu oft) zur Flasche**

Längere Arbeitszeiten erhöhen die Wahrscheinlichkeit, übermäßig Alkohol zu trinken. Das ist das Ergebnis einer umfassenden Untersuchung skandinavischer Forscher. Wer mehr als 48 Stunden pro Woche arbeitet, hat demzufolge ein um mehr als 10 % höheres Risiko für „riskanten Alkoholkonsum“ als andere. Definiert wird das Verhalten durch „mehr als 14 alkoholische Getränke pro Woche“ bei Frauen und „mehr als 21“ bei Männern. Übermäßiger Alkoholkonsum hängt mit einem erhöhten Risiko für zahlreiche Krankheiten zusammen, darunter Krebs, Herzinfarkt und Leberschäden.

Schon frühere Studien hatten den Zusammenhang zwischen Arbeit und Alkohol dokumentiert. Die aktuelle Metaanalyse von Marianna *Virtanen* vom finnischen Institut für Arbeitsgesundheit und ihrem Team besticht aber durch ihre Größe. Die Forscher werteten mehr als 60 Studien mit mehr als 330.000 Teilnehmern bzw. Teilnehmerinnen aus 14 Ländern aus.

Im Vergleich zwischen Personen, die 35 bis 40 Stunden pro Woche arbeiten, und jenen, die das über 48 Stunden tun, zeigten die letzteren eine deutlich höhere Tendenz für das riskante Trinkverhalten. Je nach Studienauswahl war sie um 11 bis 13 % höher. Das mag auf den ersten Blick nicht allzu viel zu sein. Hochgerechnet auf die gesamten Werkstätigen in den untersuchten 14 Ländern sind damit aber zwei Millionen Menschen betroffen. Es gebe dabei keine Unterschiede zwischen Männern und Frauen, Altersgruppen, geografischer Region und sozioökonomischem Status.

Wie die Forschergruppe um Marianna *Virtanen* betont, decken sich ihre Ergebnisse mit den Arbeitszeitrichtlinien der EU. Ihnen zufolge soll die durchschnittliche Arbeitszeit pro Woche 48 Stunden – einschließlich der Überstunden – nicht überschreiten. Diese Maximalarbeitszeit verringert nicht nur die Wahrscheinlichkeit zur Flasche zu greifen. Auch Arbeitsunfälle und Verletzungen werden mit zunehmender Arbeitszeit häufiger. Darauf macht die Arbeitsmedizinerin Cassandra *Okechukwu* von der Universität Harvard in Boston in einem Begleitkommentar aufmerksam. Im Vergleich zu Menschen mit normaler 40-Stunden-Woche verletzen sich Arbeiter, die vier Tage hintereinander zwölf Stunden im Einsatz sind, um 25 % häufiger – bei Nachtarbeitern sind es sogar 55 %.

*Virtanen* M. et al.: “Long working hours and alcohol use: systematic review and meta-analysis of published studies and unpublished individual participant data”; British Medical Journal. January 14, 2015.

**\*) Termine – Termine – Termine**

- **Mittwoch, 18. Februar 2015: Wine Affairs** im Hilton am Stadtpark (Wien)  
Wine Affairs verbindet die Elemente einer traditionellen Weinverkostung mit dem modernen After Work Gedanken und schafft so einen stimmungsvollen Arbeitsausklang im eleganten Ambiente des Hilton am Stadtpark.  
Folgende Top-Winzer sind als Partner am dabei und werden ihre Top-Weine präsentieren: Franz *Schindler*, Weinbau *Schreiner* (Neusiedlersee-Hügelland), Hans *Bauer*, Leo *Hillinger*, Markus *Iro*, Weingut *Pittnauer*, Weingut *Salzl*, Weingut *Temer* (Neusiedlersee), Weingut Paul *Lehrner*, Weingut *Wellanschitz* (Mittelburgenland), Weingut *Schützenhof* (Eisenberg/Südburgenland), Weingut *Lenikus* (Wien), Tom *Dockner*, Weingut *Preiß* (Traisental), Weingut *Hirtl*, Robert *Karasek*, Weingut *Pfaffl* (Weinviertel), Weingut *Jurtschitsch* (Kamptal), Weingut *Landauer-Gisperg* (Thermenregion), Weingut *Pegler* (Wagram), Weingut *Bauer* (Südsteiermark) sowie „Stephansdomwein“ (Weingut *Wieninger*, Weingut Paul *Lehrner*, Weingut *Feiler-Artinger*)  
Tickets inkl. Weinverkostung: 15 € ([www.wine-affairs.at](http://www.wine-affairs.at)) oder 20 € (an der Abendkasse)
- **Weinviertel DAC-Präsentationen**
  - Mittwoch, 25.02.2015 in Wien (Hofburg, 15:00 – 21:00 Uhr),
  - Dienstag, 03.03.2015 in Linz (Design Center, 15:00 – 20:00 Uhr),
  - Montag, 23.03.2015 in Salzburg (Airport Amadeus Terminal 2, 15:00 – 20:00 Uhr),
  - Dienstag, 24.03.2015 in Götzis (Kulturbühne Ambach, 15:00 – 20:00 Uhr) und
  - Mittwoch, 25.03.2015 in München (TonHalle in der Kultfabrik, 14:00 – 20:00 Uhr)Nähere Infos unter: [www.weinvierteldac.at](http://www.weinvierteldac.at)
- **Donnerstag, 26. Februar, bis Mittwoch, 11. März 2015: Rheingau Gourmet & Wein Festival**  
Verteilt über zwei Wochen finden vornehmlich in den Räumlichkeiten des Klosters Eberbach und des Kronenschlösschens in Eltville-Hattenheim annähernd 50 abwechslungsreiche, informative, hedonistische und kulinarisch anspruchsvolle Verkostungen, Weinversteigerungen, Wein-Lunches und Wein-Dinner statt. In die Unkostenbeiträge der einzelnen Veranstaltungen starten bei rund dreißig Euro, wie beispielsweise die große Weinpräsentation mit 30 Weingütern aus der VDP Rheingau gemeinsam mit 30 Weingütern aus dem Burgenland um € 32,- und reichen bis zu einem Raritäten-Dinner mit Zwei-Sterne-Koch Richard *Ekkebus* (vom Restaurant „Amber“ im Hotel „The Landmark Mandarin Oriental“ in Hongkong) und 30 Jahrgängen Château Mouton Rothschild um wohlfeile € 1.700,-. Da ist für jeden Geschmack und jede Brieftasche etwas dabei. Auch mehrtägige Hotel-Gourmet-Packages gibt's im Angebot.  
Weitere Infos unter [www.kronenschloessen.de](http://www.kronenschloessen.de) bzw. [www.rheingau-gourmet-festival.de](http://www.rheingau-gourmet-festival.de)  
Reservierungen per Tel.: +49 (0)6723 640 oder per mail: [info@kronenschloessen.de](mailto:info@kronenschloessen.de)
- **Sonntag, 15., bis Dienstag, 17. März 2015: ProWein 2015** in Düsseldorf  
Die größte Weinmesse in Deutschland mit annähernd 5.000 Ausstellern aus ca. 50 Ländern, nahezu 50.000 Fachbesuchern aus 100 Ländern sowie über 1.000 Journalisten aus über 40 Ländern findet heuer bereits Mitte März in Düsseldorf statt. Drei Tage lang kann man sich jeweils von 09:00 – 18:00 Uhr quer durch die Weinwelt verkosten, mit anderen Weinliebhabern, Profis und Experten fachsimpeln und einen ganz aktuellen Eindruck über Entwicklungen und Trends verschaffen. Im Rahmenprogramm widmet sich die zentrale Verkostungszone – durchgeführt in Kooperation mit der Fachzeitschrift „WEINWIRTSCHAFT“ – marktrelevanten Themen und bietet Entscheidungshilfe und Orientierung im weltweiten Weinangebot. Daneben finden wieder zahlreiche themenbezogene Verkostungen, facettenreiche Vorträge, kompetente Gesprächsrunden und kulinarische Events sowohl auf den Ständen der Aussteller als auch im ProWein-Forum, der medialen Vortragsfläche, statt.  
Infos, Fachbesucherregistrierung & Ticket: [www.prowein.de](http://www.prowein.de)

- Montag, 23. März 2015, 14:00 – 19:00 Uhr: **Jahrgangspräsentation Domäne Wachau**  
Wer schon früher wissen will, wie 2014 schmeckt, kann sich bereits im März einen Einblick verschaffen. Neben den Federspielen von der Bruck bis zum Loibenberg gibt es zudem erste Fassproben von den Lagensmaragden und auch sonst so einiges aus dem Repertoire der Domäne. Mit von der Partie ist in diesem Jahr das Weingut *Feiler-Artinger* aus Rust, das mit Blaufränkisch & Co perfekt in Rot ergänzt.  
Eintritt frei! Anmeldung erbeten! Ort: Vinothek der Domäne Wachau in Dürnstein
- Donnerstag, 9., bis Donnerstag, 23. April 2015: **wachau GOURMET festival 2015**  
Freitag, 10., und Samstag, 11. April 2015: Top-Weinmesse „**wein.genuss.krems**“  
Zahlreiche Wein- und Gourmet-Events in und um die Wachau und die Weinstadt Krems!  
Programm, Preise und Informationen zur Anmeldung unter [www.wachau-gourmet-festival.at](http://www.wachau-gourmet-festival.at)
- VORSCHAU:  
Samstag, 2., bis Sonntag, 3. Mai 2015, 10:00 – 18:00 Uhr: **21. Tour de Vin**  
Unter dem Motto „kosten – plaudern – kaufen“ laden die 26 Betriebe der Österreichischen Traditionsweingüter aus den Weinbaugebieten Kremstal, Kamptal, Traisental und Wagram zum 21. Mal alle Weininteressierten ein!  
€ 20,- pro TdV-Button erhältlich bei jedem Mitgliedswinzer. Der Kauf des Buttons im ersten besuchten Weingut berechtigt zum Besuch aller weiteren Weingüter am Samstag & am Sonntag.
- VORSCHAU:  
Samstag, 2., bis Sonntag, 3. Mai 2015, 10:00 – 18:00 Uhr: **Wachauer Weinfrühling**  
Alle Jahre wieder findet am ersten Maiwochenende das Wachauer Spektakel des Jahres statt. Der Vorhang fällt und zwei Tage lang gibt es alles, was das neue Weinjahr zu bieten hat und noch ein bisschen mehr: Steinfedern und Federspiele, Smaragde aus 2013 & 2014, Süßweine und Veltlinerbrände und natürlich die eine oder andere Überraschung aus ferner Vergangenheit.  
€ 20,- p.P. (Eintritt gilt bei allen teilnehmenden Vinea Wachau-Weingütern)
- VORSCHAU:  
Mittwoch, 13., bis Sonntag, 17. Mai 2015: **Weinfestival Thermenregion 2015**  
BIG BOTTLE PARTY, Wein im Park – NEU, Weinmenüs THERMENREGION À LA CARTE, wEINKAUFs-Samstag, Riedenwanderungen, Sortensieger-Party, Masterclass und Winzerbrunch – also volles Programm über mehrere Tage! ([www.weinfestival.at](http://www.weinfestival.at))

**\*) Die Kooperations-Packages für den BBJ-Wein-Newsletter 2015:**

- a) Das *Basis-Package* für alle: Um 350 Euro Beitrag gibt's vier Meldungen im BBJ-Wein-Newsletter 2015 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 590 Euro Quartalsbeitrag 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 2015 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 1.100 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 2015 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“ (siehe „Einstiegsartikel“) 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. 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 *Jezeck*

Werbepartner werden: [bernulf.bruckner@gmx.at](mailto:bernulf.bruckner@gmx.at) - [h.braunoeck@actcom.at](mailto:h.braunoeck@actcom.at) - [p.jezek@medianet.at](mailto:p.jezek@medianet.at)

Der BBJ-Wein-Newsletter erscheint seit dem 31. August 2010 zumindest vierzehntäglich 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..

\*\*\* Weit mehr als hundert Wein-Newsletter in fünf Jahren Jahren!!!! \*\*\*

\*\*\* Mit der elften Ausgabe 2014 am 29. Mai ist bereits der 100. 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](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.: -6  
[office@winzerkrems.at](mailto:office@winzerkrems.at)  
[www.winzerkrems.at](http://www.winzerkrems.at)



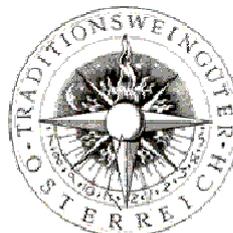
**WEINGUT HIRTL**  
 Brunnigasse 72, 2170 Poysdorf  
 Tel.+Fax: +43(0)2552/2182  
[weingut.hirtl@utanet.at](mailto:weingut.hirtl@utanet.at)  
[www.weingut-hirtl.at](http://www.weingut-hirtl.at)



**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)



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



Ansprechpartnerin: Michaela Lefor  
 Tel.: +43(0)660/2020976  
[lefor@diemoberbauer.at](mailto:lefor@diemoberbauer.at)  
[www.genuss-mensch.at](http://www.genuss-mensch.at)

---