

Hotelier

Das Schweizer Fachmagazin
für Hotellerie und Gastronomie

EIN PROSIT AUF DEN GENUSS

WARUM DER KOCH
ALBI VON FELTEN MIT
ÖKO UND BIO SO
ERFOLGREICH IST

HOTELIER-TALK

Rezidor-Chef Kurt Ritter
über sein Erfolgsprinzip

AUSBLICK 2011

Wie wird die Wintersaison
für die CH-Hotellerie?

HOTEL-TEST

Was steckt hinter
dem «Elite» in Biel?



ALLES ÜBER CHAMPAGNER
20 Fragen und Antworten zum
Thema Bollinger & Schaumwein

Warum die Österreicher Weine so erfolgreich sind

Bei einer internationalen Blindverkostung, die am 4. August in Singapur auf Einladung von Michael Thurner, dem ehemaligen ÖWM-Chef (Österreich Wein-Marketing) stattfand, haben österreichische Pinot Noirs eindrucksvoll ihre Klasse bewiesen. Von insgesamt 34 Weinen der Jahrgänge 2001 bis 2008 findet man unter den Top 20 zwölf Österreicher! Österreichs Winzer beweisen Jahr für Jahr, dass sie zur Weltspitze gehören. Internationale Kritiker wie Rene Gabriel, David Schildknecht für Robert Parkers «Wine Advocate» oder Bruce Sanderson für «Wine Spectator» vergeben schon längst Spitzenbewertungen für österreichische Weine. Um gegen die ehrwürdigen Burgunder, Bordeaux oder Super-Tuscans zu bestehen, ist wahrlich nicht einfach. Trotzdem findet man beim Wine Spectator über 40 österreichische Weine mit 95 bis 100 Punkten und bei Robert Parkers «Wine Advocate» sogar über 80 Weine mit einem höheren Rating als 95/100! Das deutet an, dass österreichische Weine die internationale Spitze schon seit Langem erreicht haben. Ja, dem österreichischen Wein geht es gut: stabil hoher Marktanteil im Inland, neuer Exportrekord, tolle Bewertungen. Der Erfolg des österreichischen Weins hat allerdings viele Väter und Mütter. Fest steht, dass seit 1985 die ÖWM durch ihre Unterstützung ein wichtiger Faktor dieser Entwicklung ist. Die ÖWM unterstützt die heimischen Winzer und die Weinwirtschaft seit über 25 Jahren in ihrem Bestreben nach höchster Weinqualität. Sie ist somit Sprachrohr und Anlaufstelle für alle Wein-Interessierten. Die Strategie zielt auf einen ausgewogenen Marketingmix ab, der den jeweiligen Märkten angepasst ist. Das wiederum bedeutet Imagearbeit unter dem Aspekt der Verkaufsförderung und aktive Öffentlichkeitsarbeit mit unterstützender Medienwerbung. Der Wettbewerb ist heute brutal. Wer nicht ständig kurbelt und ackert, fällt zurück. Der österreichische Weinexport hat sich trotz der Krise im ersten Halbjahr 2010 hervorragend entwickelt. Die kürzlich veröffentlichten Zahlen der «Statistik Austria» für diesen Zeitraum zeigen einen sensationellen Zuwachs beim Exportwert von zehn Prozent, wobei die Menge im gleichen Zeitraum leicht zurückging (minus 3,3%). Besonders erfolgreich war Österreichs Wein im ersten Halbjahr 2010 im wichtigsten Exportmarkt Deutschland (plus 10% Wert, plus 2% Menge). In der Schweiz kam es zu einem leichten Rückgang, jedoch bei weiterhin hohen Durchschnittspreisen. Sehr erfreulich ist die Entwicklung in den USA, wo nach einem schwierigen Jahr 2009 wieder Zugewinne verbucht

werden konnten. Für den Erfolg Österreichs verantwortlich ist eine gelebte Qualitätspolitik auf allen Ebenen, die trotz der im internationalen Vergleich kleinbetrieblichen Struktur eine gute Wertschöpfung für die Betriebe auch in Zukunft ermöglicht. Voraussetzungen für diesen «österreichischen Weg» sind kontinuierliche Qualitätsarbeit, Qualitätssicherung und Kontrolle, Spitzenwinzer als Vorreiter und klares Herkunftsmarketing.

Am Beispiel Österreich kann man gut lernen, was eine kluge nationale Weinpolitik bewirken kann: der österreichische Wein ist heute in allen Schichten der Bevölkerung etabliert. Der Erfolg ist umso bemerkenswerter, als die offizielle Schweizer Weinpolitik gegenwärtig eine zerfahrene, mutlose Performance bietet. Nach dem Konkurs der zentralen Swiss Wine Communication, herrscht ganz im Stil des überholt geglaubten Kantönligeistes wieder kleinmütiges Partikulardenken, und die Verteilung der vom Bund gespeisten Marketinggelder wird der Switzerland Cheese Marketing überantwortet. Es fehlt im Schweizerland eine kraftvolle Organisation wie die österreichische Weinmarketing (ÖWM), die – neben einem stringenten Weingesetz, dank grosszügiger finanzieller Alimentation, straffen Strukturen und fabelhafter Arbeit – mitverantwortlich ist für den internationalen Aufschwung des österreichischen Weins.

Ja, schauen wir nach Österreich, liebe Schweizer Weinexponenten. Die machen das, entschuldigen Sie den Ausdruck, verdammt gut! **H**

Der Autor: Bruno-Thomas Eltschinger ist Präsident des Deutschschweizer Sommelierverbandes (SVS/ASSP). Seit vielen Jahren beschäftigt er sich professionell mit der internationalen und schweizerischen Weinszene. Bruno-thomas@bluewin.ch

