2022

COMEBACK DER MESSEN

Jahresbericht 2022

Österreich Wein Marketing GmbH

ÖSTERREICH WEIN
Große Kunst. *Ohne Allüren.*

INHALT

Österreich Wein Marketing

Ziele & Strategie der ÖWM 4
Finanzierung & Budget 2022 4
Team 5
ÖWM Leistungsüberblick 6

Österreich

Überblick 8
SALON Österreich Wein 2022 10
Winterkampagne „Auf zum Weinkehrschwung!“ 11
Riedenkarten.at: Da kommt mein Wein her! 11
Marketing Weinbaugebiete 12
Kommunikationsstrategie 14
Entwicklung Heimmarkt 16

Exportentwicklung

Überblick 18
Wichtigste Exportmärkte 19

VieVinum 2022

Fulminantes Comeback 20
Voller Erfolg beim internationalen Publikum 22
Die Stimmen 23

Exportmärkte

Überblick 24
Die sechs Stufen zum Erfolg 26
Stufe 1 | Masterclasses | Seminare 26
Stufe 2 | Fachreisen nach Österreich 28
Stufe 3 | Austrian Tastings | Messen 29
Stufe 4 | Zielgruppenspezifische Formate Dritter 32
Stufe 5 | A Close Look at | Spezialformate 33
Stufe 6 | Handels- und Gastropromotions 34
Internationale Medienkooperationen 36

Österreich Wein Institut & Weinakademie Österreich

Österreich Wein Institut 38
Weinakademie Österreich 39

VORWORT

Nach zwei Jahren, die massiv von der Covid-19-Pandemie geprägt waren, war 2022 wieder ein annähernd „normales“ Jahr – zumindest in dieser Hinsicht.

Dass ein „normales“ Jahr aber kein „zurück zu 2019“ bedeuten würde, war für uns in der ÖWM bereits bei den Planungen für 2022 klar. Vielmehr zeigte sich, dass uns die vielen Erfahrungen und Weiterentwicklungen aus den Corona-Jahren 2022 weiter begleiten würden: etwa die Vielfalt an Veranstaltungsformaten, die uns eine große Flexibilität bot. Je nach Markt und Situation konnten wir aus Vor-Ort-, Online- oder Hybrid-Events das passende Format wählen.

VieVinum wurde zu großem Erfolg

Besonders große Flexibilität war auch gefragt, als sich herauskristallisierte, dass – und *wie* – die großen Weinmessen 2022 wieder stattfinden würden. Die ProWein Düsseldorf wurde kurzfristig auf das Wochenende vor der VieVinum verlegt, was eine massive Herausforderung darstellte. Als richtige Entscheidung erwies sich jedenfalls, dass wir bereits im September 2021 unsere VIPs zur VieVinum eingeladen hatten. Es bewahrheitete sich nämlich, dass 2022 alle internationalen Messen um diese internationalen Weinexpert*innen buhlten, die endlich wieder reisen konnten. Schlussendlich konnten wir über 1.000 Fachleute aus aller Welt zur VieVinum bringen, die nach vierjähriger Zwangspause für große Begeisterung auf allen Seiten sorgte.

Steigende Wertschöpfung auf dem Heimmarkt und international

Für die Entwicklung auf dem Heimmarkt war es sehr wichtig, dass die Gastronomie 2022 nach zwei Jahren voller Lockdowns wieder offenhalten konnte. Wenngleich das Vorkrisenniveau noch nicht wieder erreicht wurde, zeigten die Gastro-Zahlen bis September 2022 stark nach oben. Das ist besonders bedeutsam für Österreichs Winzer*innen, da sie in der Gastronomie ihre hochwertigen Weine absetzen und so eine höhere Wertschöpfung erzielen können. Speziell wichtig ist in dieser Hinsicht auch die Wintersaison in Österreichs Skigebieten. Daher starteten wir Mitte Dezember 2022 die Kampagne „Auf zum Weinkehrschwung!“, die bis April 2023 den Absatz österreichischer Weine in den westlichen Bundesländern ankurbeln wird.

Eine steigende Wertschöpfung für unsere Winzer*innen ist auch ein zentrales Ziel beim Weinexport. Nach dem Rekordjahr 2021 mit dem größten Exportzuwachs aller Zeiten zeigte der Exportwert 2022 weiter nach oben. Bis September stieg er um 7,7 % auf 175,3 Mio. Euro. Zwar sank die ausgeführte Weinmenge um 4,4 %, was aber den Durchschnittspreis auf 3,44 Euro pro Liter steigen ließ. Sollte sich der Trend fortsetzen, könnte Österreich bei den Ganzjahreszahlen 2022 den höchsten Durchschnittspreis seiner Exportgeschichte einfahren.

*Es ist von zentraler Bedeutung, dass österreichischer Wein zu höheren Preisen abgesetzt wird. Nur so können unsere Winzer*innen die aktuellen Kostensteigerungen bewältigen.*

Fast von Beginn des Jahres an zeigte 2022 aber auch ein hässliches Gesicht. Die Folgen der Pandemie waren (und sind) noch kaum bewältigt, da trat mit dem Ukraine-Krieg die nächste globale Krise auf den Plan. Sie führte u. a. zu steigenden Kosten, insbesondere bei energieintensiven Produktionen: beispielsweise bei der Erzeugung von Glasflaschen, die sehr viel Energie benötigt, speziell Gas. Aber auch in allen anderen Bereichen, etwa bei Löhnen, Treibstoff etc., sind Österreichs Weinbaubetriebe mit steigenden Kosten konfrontiert.

Daher werden wir in der ÖWM auch 2023 alles daransetzen, unsere Winzer*innen auf dem Heimmarkt und international zu unterstützen, damit sie ihre ausgezeichneten Weine zu guten und fairen Preisen absetzen können.

Auf diesen gemeinsamen Weg mit Ihnen freut sich das ganze Team der ÖWM!

Chris Yorke
Geschäftsführer ÖWM

© ÖWM / Anna Stöcher

Impressum

Herausgeber/Medieninhaber
ÖSTERREICH WEIN MARKETING GMBH
Prinz-Eugen-Straße 34 | 1040 Wien
info@oesterreichwein.at | österreichwein.at

Für den Inhalt verantwortlich
Geschäftsführer Chris Yorke

Projektleitung und Redaktion
Sabine Bauer-Wolf | Georg Schullian | Johanna Weiß | Carmen Richter

Grafik
Peter Kramar

ÖSTERREICH WEIN MARKETING

Als Servicegesellschaft und Dachmarketing-Organisation für die österreichische Weinwirtschaft unterstützt und koordiniert die Österreich Wein Marketing GmbH (ÖWM) seit über 30 Jahren deren strategische Bemühungen um Qualität und Verkauf.

Ziele & Strategie der ÖWM

Langfristiges Ziel der ÖWM ist es, das Weinland Österreich als hochwertiges, umweltbewusstes und modernes Weinland auf dem Boden der Tradition zu positionieren und das Zusammenwirken von Winzer*innen, Gebieten, Entscheidungsträger*innen in der Weinwirtschaft und der ÖWM zu verstärken. Mit Blick auf den Außenhandel ist das kurzfristige Ziel, das positive Momentum des Wachstums weiter anzutreiben. Als mittelfristiges Ziel wird ein Exportwert von 250 Mio. Euro angepeilt. Im Inland liegt die Herausforderung darin, die Marktanteile von Wein aus Österreich auf hohem Niveau zu halten. Die zentrale Funktion als Serviceorganisation für alle Partner*innen, aber vor allem für die Winzer*innen, ist der ÖWM weiter ein Anliegen und soll weiter forciert werden. Relevante und erfolgsorientierte Maßnahmen werden für definierte Winzer*innenzielgruppen (sh. S. 6f) angeboten, wobei der Mehrwert der durchgeführten Aktivitäten klar kommuniziert werden soll.

Die Strategie der ÖWM zielt auf einen ausgewogenen Marketingmix aus PR und Medienarbeit, Promotion und Events ab. Die Aktivitäten der ÖWM fokussieren sich auf die Bedürfnisse der Märkte und Marktsegmente. Die fünf Leistungsbereiche (sh. S. 6f) dienen dabei als Eckpfeiler. Dafür ist es erforderlich, laufend aktuelle Marktdaten sowie exzellente Informations- und Schulungsmaterialen bereitzustellen. Zudem werden seit 2021 alle Marktmaßnahmen entweder online, hybrid oder real geplant. Dies ermöglicht eine weitere flexible Anpassung an aktuelle Marktsituationen.

Die ÖWM wird den Grünen Veltliner als Hauptbotschafter Österreichs an der Spitze halten und daneben alle anderen wichtigen Sorten und Stile von Weißwein bis hin zu Rot-, Süß- und Schaumwein sowie alternative Weinstile bewerben. Dies erfolgt stets eingebettet in eine starke Herkunftsstrategie, die aus austauschbaren Rebsortenweinen unverwechselbare Profile auf Gebiets-, Orts- und Riedenweinebene entstehen lässt. Das Thema umweltfreundliche Produktion bietet weiteres Profilierungspotenzial im internationalen Vergleich und wird zukünftig eine noch größere Rolle spielen. Die Kooperation mit „Wine in Moderation“ wird die ÖWM auch weiterhin in allen Aktionen und Aktivitäten berücksichtigen.

Finanzierung & Budget 2022

Die Einnahmen der ÖWM beliefen sich im Jahr 2022 auf ca. 10,1 Mio. Euro, die sich aus Marketingbeiträgen der Weinwirtschaft und Länderbeiträgen (Niederösterreich, Burgenland, Steiermark, Wien) zusammensetzten. Zusätzlich erhielt die ÖWM Fördermittel der Europäischen Union. Seit 2009 gibt es eine EU-Förderung für Absatzförderungsmaßnahmen in Drittländern, die auch die ÖWM für ihre Strategie nutzt. Zusätzlich wurde 2015 die Möglichkeit geschaffen, im Rahmen der Absatzförderung auch Binnenmärkte zu bearbeiten. Entsprechende Maßnahmen können mit Europäischen Mitteln zu 50 % kofinanziert werden.

Finanzierung 2022 (in Tsd. €)

vorläufige Zahlen: Stand 14.12.2022

Beiträge d. Weinwirtschaft	5.000
Länder-Beiträge	3.868
EU-Förderungen	1.240
	10.108

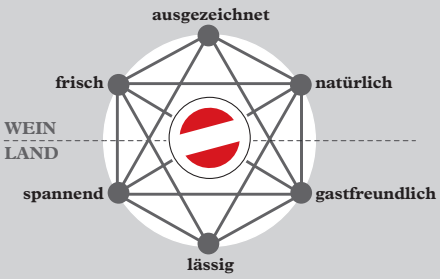
An Budgetmitteln standen der ÖWM 2022 unter Berücksichtigung von Rücklagen und Liquiditätsreserven 10 Mio. Euro zur Verfügung, die wie folgt ausgegeben wurden:

Budget 2022 (in Tsd. €)

Planung: Stand 14.12.2022

Werbung für Wein aus Österreich	
Kommunikaton	1.430
AT-DE	2.880
Märkte International	2.190
Werbung für Weinbaugebiete (inkl. Restmittel)	**2.600**
Administration (nach Gemeinkostenumlage)	730
So. Administration (AMA-Einhebungskosten)	150
Investitionen	60
Gesamtbudget	**10.040**

Das Budget „Werbung für Wein aus Österreich“ wurde laut Marketingplan für Maßnahmen im In- und Ausland ausgegeben, die auf den folgenden Seiten detailliert ausgeführt sind. Die Aktivitäten aus dem Titel „Werbung für Weinbaugebiete“ wurden gemeinsam mit den regionalen Weinkomitees geplant und umgesetzt (sh. S. 12f).



Was macht uns aus? Die DNA von Österreich Wein

Österreich ist ein **lässiges, gastfreundliches** Land im Herzen Europas mit einem zeitgemäßen Traditionsbewusstsein und einer eigenständigen kulinarischen Kultur. Seine kreative und junge Weinszene ist ständig in Bewegung und bietet durch die weltweit einzigartigen klimatischen Voraussetzungen **frische** Weine, geprägt von einer leichtfüßigen Dichte aus dem Zusammenspiel von Reife und Säure. **Ausgezeichnete** Spitzenweine mit einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis und der Garantie einer strengen staatlichen Kontrolle entstehen in **umweltbewussten** Familienbetrieben mit handwerklichen Methoden. **Spannender** kann ein Weinland heutzutage nicht sein.

Geschäftsführung & Team

Chris Yorke
Geschäftsführung

Mag. **Simone Heidinger**
Assistenz der Geschäftsführung

Mag. **Susanne Ertler-Staggl**
riedenkarten.at

Claudia Blau
riedenkarten.at

Gebietsmarketing & Kooperationen Österreich

Aufgabengebiete: Service für Winzer*innen | Weinbaugebiete | Heimmarkt Österreich
Kontakt: +43 1 503 92 67-50 | **at**@oesterreichwein.at

Mag. **Ulrike Hager**
Leitung

Verena Autherith
Medienmanagement & Events

Viktor Kattinger
Gastronomie & Handel

Daniel Schäfer

Märkte International Europa | Amerika | Asia-Pacific

Aufgabengebiete: internationale Exportländer
Kontakt: +43 1 503 92 67-60 | **maerkte**@oesterreichwein.at

Michael Tischler-Zimmermann, MA
Leitung

Anika Riegler, BA
Teamleitung

Mag. **Helene Scheidl**
Teamleitung

Katja Pronegg
Teamleitung

Oliver Chramosta
Projektleitung Digital Wine Hub

Mary Fritz, BA

Christina Lachner, MA

Victoria Medved, BA

Michaela Poiss, BA

Kommunikation

Aufgabengebiete: Presseanfragen | Broschüren | Werbemittel | Social Media | Marktforschung | Website
Kontakt: +43 1 503 92 67-30 | **kommunikation**@oesterreichwein.at

Mag. (FH) **Sabine Bauer-Wolf**
Leitung

Team Digital Media

Lena Halvax, MA
Teamleitung

Lucia Laggner, MA

Lisa Winkler, BA

Team Presse, PR & Corporate Design

Georg Schullian
Teamleitung

Peter Kramar
Grafik

Carmen Richter, BA

Sonja Vogler

Johanna Weiß, BSc (WU)

Organisation

Aufgabengebiete: Finanzen | EU-Förderungen | Karriere | Rechnungen
Kontakt: +43 1 503 92 67-20 | **organisation**@oesterreichwein.at

Mag. **Marion Huber**
Leitung (Jobsharing)

Mag. **Barbara Prinz**
Leitung (Jobsharing)

Christiane Edegger
Administration & Förderwesen

Sabrina Langmann
Projekte, HR

Daniela Pilwachs
Rechnungswesen

© ÖWM / Anna Stöcher, © ÖWM / Manfred Klimek, © ÖWM / Robert Herbst

ÖWM LEISTUNGSÜBERBLICK: WAS LEISTET DIE ÖWM UND FÜR WEN?

*Als Serviceorganisation für Österreichs Weinwirtschaft plant die ÖWM ihre Aktivitäten in fünf Leistungsbereichen auf Basis der individuellen Bedürfnisse unterschiedlicher Winzer*innen-Zielgruppen.*

Winzer*innen-Zielgruppen

Trauben-produzent*innen

Heurigen/ Buschenschanken mit Ab-Hof-Verkauf

Weingüter nur auf dem lokalen Markt (AT)

Weingüter mit ersten Export-erfahrungen (DE, CH)

Weingüter mit weltweitem Export

Die betrieblichen und wirtschaftlichen Herausforderungen österreichischer Winzer*innen unterscheiden sich je nach Produktionsvolumen, Sortiment und Marktausrichtung deutlich. Anhand dieser Faktoren ergeben sich für die ÖWM die fünf hier genannten Betriebsgruppen. Ihre individuellen Herausforderungen und Erwartungshaltungen genau zu kennen ist unumgänglich: Während ein Heuriger mit Ab-Hof-Verkauf von Weintourismus-Aktivitäten, praktischen Werbemitteln und saisonalen Kampagnen wie „Auf zum Wein“ oder „Junger Österreicher“ sowie dem SALON profitiert, erwartet ein Weingut mit internationaler Ausrichtung ein großes Angebot an top organisierten Vertriebs- und Exportveranstaltungen in seinen Zielmärkten, bei denen es seine Weine vor hochqualifiziertem Fachpublikum präsentieren kann.

2020 erstellte die ÖWM für jede Winzer*innenzielgruppe eine detaillierte Bedürfnisanalyse, um die Relevanz und Treffsicherheit ihrer Aktivitäten und Services zu erhöhen. Jährlich wird die strategische Marketingplanung innerhalb der unten dargestellten Kernleistungsbereiche auf diesem Fundament errichtet.

Die Leistungs-bereiche der ÖWM

Neben der bestmöglichen Servicierung der individuellen Bedürfnisse der Winzer*innen-Zielgruppen steht vor allem *ein* gemeinsames Ziel der österreichischen Weinbranche im Mittelpunkt der ÖWM Aktivitäten: die Nachfrage für Wein aus Österreich zu stimulieren und dadurch Wertsteigerungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu erwirken.

Strategie-Quintett

Die strategischen Eckpfeiler zur Zielerreichung stellen folgende fünf Leistungsbereiche der ÖWM dar. Darunter ordnen sich alle Einzelaktivitäten ein und ergeben in Summe ein konzertiertes, schlagkräftiges Maßnahmenpaket: von der attraktiven Gestaltung der Winzer*innen-Betriebsseiten innerhalb der ÖWM Website bis zur Organisation von Weinreisen für Fachjournalist*innen. Die Evaluierung der Zielerreichung erfolgt laufend anhand verschiedener Messkriterien, sowohl qualitativ (z. B. Marktforschung zur Markenwahrnehmung in Fokusmärkten) als auch quantitativ (z. B. Anzahl präsentierter Weine, Durchschnittspreise, Marktanteile).

ÖWM IST

VERAN-STALTER

Die ÖWM organisiert und findet **weltweit Partizipations-formate**, bei denen sich Österreichs Winzer*innen und ihre Handelspartner*innen präsentieren und ihre **Sichtbarkeit** und **Reichweite** erhöhen können.

Beispiele

2022 präsentierte die ÖWM weltweit:

3.470
Weine von
622
Winzer*innen und organisierte
102
Veranstaltungen

ÖWM IST

NETZ-WERKER

Die ÖWM **vermittelt Kontakte**, schafft die Basis für **langfristige** und **gewinnbringende** Beziehungen und vereint Winzer*innen, Vertriebspartner*innen und **internationale Multiplikator*innen** in einem sich gegenseitig unterstützenden, **wertstiftenden Netzwerk**.

Beispiele

Treffen von Masters of Wine

Internationales Fachpublikum auf der VieVinum

© ÖWM / Philipp Lipiarski

© ÖWM / Anna Stöcher, © ÖWM / Robert Herbst

ÖWM IST

WERBER

Die ÖWM fördert den **nationalen** und **internationalen Imageaufbau** des österreichen Weins mit Hilfe von umfangreichen multimedialen **Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen** und erhöht dadurch die **Verkaufs- und Wachstumschancen** für Wein aus Österreich.

Beispiele

Umfangreiches ÖWM Werbematerial

AUSTRIAN WINE TIME

USA: Kampagne mit
>100
Händler*innen, Weinbars & Restaurants

ÖWM IST

WISSENS-VERMITTLER

Die ÖWM stattet die Winzer*innen sowie alle ihre Stakeholder mit **wertvollem Know-How** (Internationalisierung, Marketing, Weinwissen etc.) aus und stellt ihnen regelmäßig **maßgeschneiderte Informationen** zu aktuellen (Markt-)Entwicklungen zur Verfügung.

Beispiele

Seminar an der Weinakademie Österreich

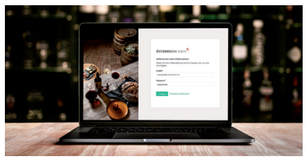
601.601
Website-Zugriffe auf Wissensthemen in 7 Sprachen

ÖWM IST

CONCIERGE

Die ÖWM bietet Winzer*innen und weltweiten Kontakten einen persönlichen **Rundum-Service** und steht ihnen für individuelle Anfragen und Anliegen mit ihrer **langjährigen Erfahrung** in der heimischen und internationalen Weinwirtschaft zur Verfügung.

Beispiele



*Servicebereich für Winzer*innen: ÖWM Admin*

Eventorganisation von der Weinlogistik bis zur Vorbereitung des Messestands

ÖSTERREICH

MARKTSITUATION

Österreichischer Wein im LEH, Q 1–3 2022 vs. Q 1–3 2021*

-9,4 %
Absatz

-5,5 %
Umsatz

*Quelle: NielsenIQ

Österreichischer Wein im Gastro-Großhandel/C+C, Q1–Q3 2022 vs. Q1–Q3 2021**

+40,8 %
Absatz

+37,5 %
Umsatz

**Quelle: Gastrodata, GastroPanel

Wertanteil österreichischer Weine 2021

84 %
Gastronomie
DS-Preis: **€ 5,40**/Liter

79 %
Heimkonsum (inkl. LEH)
DS-Preis: **€ 4,90**/Liter

77 %
LEH
DS-Preis: **€ 5,51**/Liter

MEDIENECHO

17
Presseaussendungen

8.345
Abonnent*innen*

*deutschsprachige Presseaussendungen

12.808 Artikel in **1.500** Medien

Top-Themen:
Wien
Niederösterreich
Burgenland

Werbeäquivalenzwert: **€ 49,9 Mio.**

Beobachtungszeitraum: 1.1.–15.12.2022

ONLINE-MARKETING

20.813
Follower

+21,5 %
im Vergleich zum Vorjahr

246.244
Website-Sitzungen

1 Sitzung = 1 Person, die über einen längeren Zeitraum mit der Website interagiert

8+9
(Publikums-) (Winzer*innen-)
Newsletter

7.983
Abonnent*innen*

*deutschsprachiger Newsletter

SALON ÖSTERREICH WEIN 2022: HERKUNFT IM MITTELPUNKT

Kaum ein anderes Kulturgut repräsentiert Österreich so vielseitig und fulminant wie seine Weine mit ihren geschützten Herkünften. Daher stellt das neue Verkostungskonzept des SALON Österreich Wein die Herkunft noch mehr in den Fokus und kürt die Highlights aus Österreichs Weinbaugebieten.

8.000
Einreichungen

275 SALON Weine

21 SALON Sieger

SALON Sieger 2022

SALON, der härteste Weinwettbewerb, am Puls der Zeit

Die glänzendsten Vertreter der heimischen Winzer*innen-Kunst gebührend zu ehren – dieser Aufgabe widmet sich der SALON Österreich Wein, der härteste Weinwettbewerb des Landes, bereits seit über drei Jahrzehnten. Mit dem Jahr 2022 trat eine Zeitenwende beim SALON ein: Wurden die Weine bislang nach Sortenkategorien verkostet (z. B. „Grüner Veltliner klassisch“ oder „Blaufränkisch“), geschieht dies nun nach ihrer jeweiligen Herkunftsstufe. So messen sich z. B. in der Kategorie „Weinvielfalt“ Qualitätsweine aus den generischen Weinbaubundesländern untereinander, während bei den „Gebietstypischen Weinen“ DAC-Weine aus allen spezifischen Gebieten gegeneinander antreten – immer unabhängig von ihrer Rebsorte, aber wiederum gruppiert nach Weinstil (z. B. „Weißwein kräftig“ oder „Rotwein frisch“).

Mit dem Jahr 2022 trat eine Zeitenwende beim SALON ein.

Evolution statt Revolution

Mag diese Änderung einer Revolution gleichen, ist sie doch nur eine Evolution. In den letzten Jahren haben sich nämlich sowohl Weinrecht als auch Weinmarketing in Österreich immer stärker vom germanischen hin zum romanischen System entwickelt. Das bedeutet, dass die Herkunft der Weine stärker betont wird als ihre Rebsorten und Qualitätsstufen. Grund dafür: Rebsorten sind international austauschbar, Herkünfte nicht. Ein Grüner Veltliner oder Blaufränkisch kann rund um die Welt angebaut werden – eine Wachau oder ein Mittelburgenland ist hingegen einzigartig.

Wie wurden die SALON Weine ermittelt?

Wie bisher bildeten auch 2022 die Landesprämierungen das Fundament der SALON Weine. Dafür werden jährlich mehrere Tausend Weine eingereicht, die besten daraus gelangen in die finale SALON Blindverkostung. Weiters wurden von den führenden Weinfachmagazinen 60 Weine nominiert, die sich dann mit den Weinen der Landesprämierungen in der Verkostung messen mussten. Produzent*innen von Sekt Austria konnten ihre Produkte direkt zur Finalverkostung einreichen. In die Blindverkostung gelangten somit rund 600 Weine und Sekte. Die Mitglieder der Kostjury wurden aus Sommeliers und Sommelières, Gastronom*innen, Fachleuten aus dem Weinhandel, sonstigen Weinexpert*innen sowie Weinberater*innen aus den Bundesländern gestellt.

Über 200 Gäste bei der SALON Flightverkostung

Am 12. September wurden im feierlichen Rahmen des Palais Niederösterreich in Wien die SALON Sieger-Weine bei einer Pressekonferenz präsentiert. Anschließend fand am 12. und 13. September die beliebte Flightverkostung für Fachpublikum und private Konsument*innen in den Prunkräumen des Palais Niederösterreich statt. Über 200 begeisterte Gäste konnten in Zeitfenstern zu je zwei Stunden alle prämierten Weine intensiv verkosten.

SALON Weine als Botschafter

Das ganze Jahr über setzt die ÖWM die SALON Weine bei zahlreichen weiteren Events ein, wie Verkostungen, Masterclasses, Messen und Gastronomieschulungen. So sind sie strahlende Botschafter des österreichischen Weins vom Arlberg bis Wien und rund um den Globus.

Weiterführende Informationen: **salonwein.at**

© ÖWM / Anna Stöcher

WINTERKAMPAGNE „AUF ZUM WEINKEHRSCHWUNG!“

*Der Wintertourismus hat eine sehr große Bedeutung für Österreichs Winzer*innen. Während der Wintermonate können sie in den Skigebieten im Westen des Landes ihre besonders hochwertigen Weine absetzen. Daher unterstützt die ÖWM von Mitte Dezember 2022 bis Ende April 2023 den Weinabsatz in diesen Gebieten mit der Kampagne „Auf zum Weinkehrschwung!“.*

Laufzeit: Dezember 2022–April 2023

17 Mio.
Sichtkontakte*

*geplant

Werbung auf Skiliften, online und über Social Media

Werbesujets auf Sessellift-Sicherheitsbügeln machen Gusto auf ein Glas Grünen Veltliner, Zweigelt & Co nach einem erfolgreichen Skitag. So können die Gäste schon während der Liftfahrt überlegen, wie sie den Skitag genussvoll ausklingen lassen. Mit gezielten Online- und Social-Media-Anzeigen verdoppelt die ÖWM die Werbewirkung der Kampagne. Geworben wird in Skigebieten in Tirol, Vorarlberg, Salzburg und der Steiermark.

weinkehrschwung.at: Wintergenuss mit Wein aus Österreich

Alle Werbemittel der Kampagne verweisen auf die Website weinkehrschwung.at. Dort finden die Besucher*innen Tipps zu Speisen-und-Wein-Kombinationen, Österreichs Top-Weinen sowie zu Skihütten mit Schwerpunkt auf Weingenuss und zu Wirtshäusern bzw. Restaurants. Insgesamt rechnet die ÖWM mit 17 Mio. Sichtkontakten aller Werbemaßnahmen bei den Gästen.

Schulungen für Service-Personal

Bereits Anfang Dezember startete die ÖWM auch eine Schulungsoffensive in der westösterreichischen Gastronomie. Ziel war es, das Servicepersonal in den Skigebieten speziell für den Verkauf heimischer Weine zu motivieren und vorzubereiten.

Gastro-Schulung im Hotel Krone, Lech

Strategisch wirkt die ÖWM Kampagne somit in Summe über zwei Wege: Sie erhöht die Nachfrage nach österreichischem Wein bei den Tourist*innen und unterstützt gleichzeitig die Verkaufskompetenz der Gastronomie.

Riedenkarten.at: Da kommt mein Wein her!

*Riedenkarten.at zeigt transparent und nachvollziehbar, wo genau ein österreichischer Wein herkommt. Vom Weinland Österreich über die Weinbaugebiete, Großlagen und Ortsweine bis zum Herzstück: den Rieden. Die ÖWM entwickelt das Tool ständig weiter, um den Mehrwert für Winzer*innen und andere User*innen zu erhöhen.*

Bereits im Juni 2021 ging mit riedenkarten.at der ÖWM der erste digitale Herkunftsatlas für ein ganzes Weinbauland online. Er bietet nicht nur Informationen zu allen gesetzlich definierten Rieden Österreichs, wie z. B. Anbaufläche, Hangneigung, Sonnenstunden etc., sondern auch detaillierte Daten zu allen anderen Weinherkünften des Landes. Ein Foto gibt in vielen Fällen einen Einblick in die Herkunft. Im Juni 2022 integrierte die ÖWM mit Unterstützung der Universität Wien ein neues Feature auf riedenkarten.at, das allen Weinbegeisterten noch mehr Informationen liefert: alle gepflanzten Rebsorten pro Herkunft. Diese Information ist weltweit einzigartig und macht die Seite zum unentbehrlichen und praktischen Nachschlagetool für den österreichischen Wein.

Zusätzlich zur Online-Version gibt es für jedes österreichische Weinbaugebiet gedruckte Riedenkarten, verwendbar auch als Poster.

450.000
Seitenansichten

5.000
PDF-Downloads

Weiterführende Informationen:
riedenkarten.at

© Ski Amadé, @ ÖWM

MARKETING WEINBAUGEBIETE

Ein wichtiger Anteil des ÖWM Budgets ist für die Bewerbung der österreichischen Weinbaugebiete vorgesehen. Einen Teil des Budgets setzt die ÖWM selbst direkt ein, während der andere Teil in enger Abstimmung mit den Regionalen Weinkomitees verplant wird.

Diese Zweiteilung garantiert, dass die einzelnen Weinbaugebiete unter dem Dach der ÖWM ihr Profil stärken und ihre Besonderheiten hervorheben können. Die ÖWM verwendet ihren – kleineren – Teil der Mittel für Medienkooperationen, Bewerbung des Weintourismus und die Förderung des Absatzes von Sekt im DACH-Raum. Die Komitees setzen den Rest des Budgets in Absprache mit der ÖWM nach ihren individuellen regionalen Profilierungsüberlegungen ein. Die folgenden Beispiele aus dem Jahr 2022 zeigen deutlich: Das Feld der daraus resultierenden Aktivitäten ist sehr breit gefächert.

Weinbaugebiete in den Medien

Kooperationen

Die Regionalen Weinkomitees legen den Fokus ihrer Medienarbeit neben den Fachmedien wie Falstaff, Vinaria, A la Carte, Vinum etc. vor allem auch auf regionale Medien wie NÖN, BVZ, Kleine Zeitung, Bezirksblätter, weekend und Co.

*Durch die enge, oft langjährige Zusammenarbeit v. a. mit regionalen Medien konnten die Weinbaugebiete auch 2022 die Aufmerksamkeit der Endkonsument*innen auf das Thema Wein lenken.*

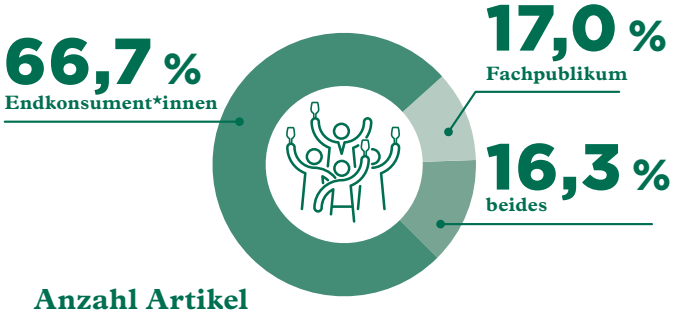
Medienecho

Die behandelten Themen umfassten im vergangenen Jahr Weinstile, Gebietstrophies und weintouristische Empfehlungen im jeweiligen Gebiet. Zusätzlich setzten die Gebiete TV-Kooperationen, wie etwa Beiträge in „Land & Leute“ (ORF 2), um. Das Weinviertel produzierte zum 20-jährigen Jubiläum des Weinviertel DAC auch einen eigenen TV-Spot.

Auch in Handelsmedien wie Frisch Gekocht, SPAR Weinwelt oder SPAR Bestseller sowie über Online-Promotions mit dem Handel konnte die ÖWM gemeinsam mit den Regionalen Weinkomitees Wissen vermitteln und den Weinabsatz fördern.

Zielgruppe der Medien

Fachpublikum / Endkonsumenten / beides



Anzahl Artikel weltweit

15.282

Werbeäquivalenzwert

€ 73,3 Mio.

Beobachtungszeitraum: 1.1.–15.12.2022

Veranstaltungen

Die einzelnen Weinbaugebiete organisierten 2022 wieder eine Vielzahl spannender Veranstaltungen: Masterclasses, Vor-Ort-Präsentationen, Online-Tastings oder auch mehrtägige Endkonsument*innen-Veranstaltungen. Beispiele waren die Präsentation des Herkunftsweins Wagram DAC im Palais Niederösterreich, die „Top 100“-Präsentation der Thermenregion, die Verkostung „Auf ein Glas Burgenland“ in Innsbruck oder auch das neue Veranstaltungsformat „It’s Sekt o’clock“ des Sektkomitees.

„Auf ein Glas Burgenland“ in Innsbruck

Wagram-Präsentation im Palais Niederösterreich

Der prickelnde Höhepunkt des Jahres: „It’s Sekt o’clock“ in der Wiener Hofburg

Newsletter Gebietsveranstaltungen

Zur Bewerbung der Veranstaltungen in Österreichs Weinbaugebieten versendete die ÖWM 2022 vier spezifische Newsletter an jeweils ca. 8.000 Personen. So konnte sie Interessent*innen in ganz Österreich über alle Events der Gebiete gebündelt informieren.

© Christine Miess, Wein Burgenland, Dialogium

Sonstige Aktivitäten

Gebietsbroschüren

Die ÖWM startete bereits 2020 mit einer Reihe detaillierter Gebietsbroschüren. 2022 erschienen die Ausgaben zu Kremstal und Wagram. Die Arbeiten an einer Kamptal- sowie einer Wachau-Broschüre liefen an.

Umfassendes Informations- und Imagematerial ist unerlässlich für Schulungen, Präsentationen und auch fundierte Pressearbeit.

In den Broschüren wird das jeweilige Gebiet von allen Seiten beleuchtet: angefangen beim Klima über das vorherrschende Herkunftssystem bis zu touristischen Highlights. Mit dem Gebiet vertraute Autor*innen steuerten dazu ihre Expertise bei.

Die Broschüren sind im ÖWI Shop (für Winzer*innen zu Sonderkonditionen) und als PDF auf der ÖWM Website erhältlich und vielseitig einsetzbar: Winzer*innen, Gastronom*innen, Heurigen, Tourismusorganisationen und Händler*innen im ganzen Gebiet können mit dem attraktiven Heft ihre Weine den Geschäfts- und Privatkund*innen näherbringen. Da die Texte sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch verfasst sind, lassen sich die Broschüren national und international einsetzen. Alle Informationen aus den Broschüren können von den Gebieten und Winzer*innen auch für ihre eigenen Websites und Infomaterialen verwendet werden.

Sämtliche Broschüren unter:
www.österreichwein.at

KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

*Klare Botschaften und ein engmaschiges Netzwerk an Kommunikationskanälen und Multiplikator*innen festigen das positive Image von Wein aus Österreich bei den Konsument*innen.*

ÖSTERREICH WEIN

Um beim Fachpublikum und letztendlich bei Konsument*innen die Nachfrage nach und das Wissen über Wein aus Österreich zu steigern, müssen relevante Botschaften definiert werden. Die ÖWM baut diese auf den Österreich Wein Markenwerten (sh. S. 4) auf und wählt sie je nach Marktreife und Zielgruppe. So kann etwa das Thema „Grüner Veltliner“ als Türöffner für potenzielle Händler*innen in einem neuen Markt dienen. In einem fortgeschrittenen Markt wie etwa Deutschland hingegen darf eine Masterclass für Sommeliers und Sommelières weiter in die Tiefe gehen und beispielsweise Unterschiede im Blaufränkisch-Stil nach Herkunftsgebiet behandeln.

Starkes Netzwerk

Neben guten und attraktiv aufbereiteten Kommunikationsinhalten ist die Übermittlung der zweite entscheidende Erfolgsfaktor wirkungsvoller Kommunikation. Die ÖWM bespielt eine Vielzahl von digitalen und analogen Kommunikationskanälen, die direkt zu den Konsument*innen führen. Zudem wirken langjährige Kooperationen mit Partnern der Weinbranche als effiziente Multiplikatoren der Botschaften. Winzer*innen stellen ein besonders wichtiges Sprachrohr in Richtung Konsument*innen dar. Für sie bietet die ÖWM einerseits Marktwissen und Partizipationsmöglichkeiten bei Veranstaltungen, andererseits Informations-, Bild- und Kartenmaterial zu den Kernbotschaften, das im Kontakt mit Kund*innen eingesetzt werden kann.

Die wichtigsten Kernbotschaften:

- **Herkunft & Weinbaugebiete**
- **Rebsorten & Weinstile**
- **Umweltbewusstsein & Handwerk**
- **Wein als Speisenbegleiter**
- **Klima & Böden**
- **Tradition & Innovation**
- **Saisonales & Konsumanlässe**

EXTERNE PARTNER

Gastronomie, Handel und Sommellerie sind wichtige Partner der ÖWM, da sie durch ihren engen Kontakt mit Endkonsument*innen nicht nur als Sprachrohr für die ÖWM dienen, sondern umgekehrt auch Feedback zur Stimmungslage im Markt retour geben.

Interessensvertretungen, Seminarorganisationen oder die Presse zählen ebenso zu den wesentlichen externen Multiplikatoren der ÖWM Botschaften.

Gastronomie/ Sommellerie | **Handel** | **Presse**

Interessensvertretungen

WKO AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA | Landwirtschaftskammer Österreich | SOMMELIER UNION AUSTRIA | Österreichischer Weinbauverband

Bildungseinrichtung

WEINAKADEMIE ÖSTERREICH

ÖWM KANÄLE

Die ÖWM nutzt mehrere eigene Kanäle, sowohl online als auch analog, um ihre Botschaften direkt an Partner*innen, Endkonsument*innen und Winzer*innen zu tragen: die Website österreichwein.at, Facebook- und Instagram-Accounts, regelmäßig erscheinende Newsletter und Presseaussendungen sowie physische und digitale Werbemittel. Über diese Kanäle konnte die ÖWM 2022 Tausenden Personen weltweit Wissen vermitteln und Lust auf österreichischen Wein machen. Die Gesamtzahl der Newsletter-Abonnent*innen sank durch Datenbankbereinigungen im Vergleich zum Vorjahr zwar etwas, doch mehr Personen folgten der ÖWM auf Social Media, besonders auf Instagram. Die Zahl der Website-Sitzungen stieg ebenso.

E-Mail-Newsletter:
18.738 Abonnent*innen weltweit

ÖWM Website
österreichwein.at
482.063 Sitzungen weltweit*

Digital Wine Hub
35 Aufnahmen
>6 Stunden Videomaterial

Facebook @oesterreichwein | @austrianwine
40.583 Follower weltweit (-0,5 %)

Instagram @austrianwine | @austrianwineusa
29.482 Follower weltweit (+9,1 %)

** 1 Sitzung = 1 Person, die über einen längeren Zeitraum mit der Website interagiert*

ÖSTERREICH WEIN

KONSUMENT*INNEN

WEINGÜTER

Die heimischen Winzer*innen zählen zu den wichtigsten Stakeholdern der ÖWM. Durch die vielfältigen Kontakte mit Händler*innen, Sommeliers und Sommelières sowie privaten Kund*innen können die Botschaften an eine Vielzahl von Weininteressierten weitergeleitet werden. Die Kommunikation mit den Winzer*innen erfolgt über verschiedene Kanäle.

ÖWM Marketingtag | **Winzer*innen-Service** | **Winzer*innen-Newsletter**

Persönlicher Kontakt | **ÖWM Admin** | **RWK-Sitzungen** | **Werbemittel**

ENTWICKLUNG HEIMMARKT

Die Marktforschung ist das wichtigste Instrument zur Erfolgskontrolle der Aktivitäten der ÖWM und auch eine zentrale Entscheidungsgrundlage für die Strategie-Entwicklung. Nun liegen die Gesamtzahlen für 2021 und erste Zahlen zu den Quartalen eins bis drei 2022 vor – folgend ein Auszug der wichtigsten Entwicklungen am Heimmarkt.

Heimkonsum

Der Weinkonsum in den eigenen vier Wänden war vor der Corona-Krise seit Jahren rückläufig, das änderte sich aber mit Pandemiebeginn und den damit einhergehenden Gastroschließungen. Mit der stufenweisen „Rückkehr zur Normalität“ 2021 wurde die Absatzmenge wieder etwas reduziert, im Wert konnten aber weitere Zuwächse erzielt werden.

In Zahlen ausgedrückt: 2021 wurden im Heimkonsum 58,9 Mio. Liter österreichischer Wein konsumiert (-4,7 % zu 2020); die Umsatzerlöse dafür betrugen 324,4 Mio. € (+3,5 % zu 2020; Abb. 1). Österreichischer Wein hat im Haushaltsmarkt somit einen Marktanteil von 70,4 % (+0,5 % zu 2020) bei der Menge und 79,1 % (+0,5 % zu 2020) beim Wert.

Einkaufsmenge/Umsatz Heimkonsum

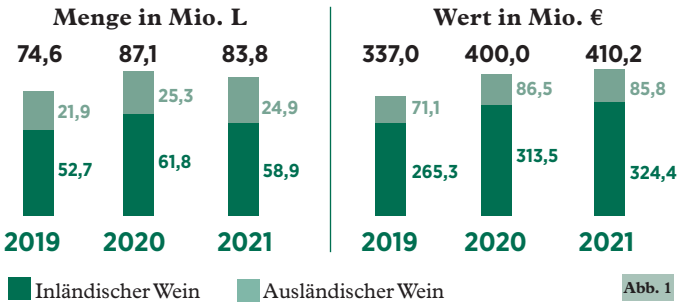


Abb. 1

Quelle: GfK Consumer Tracking 2021

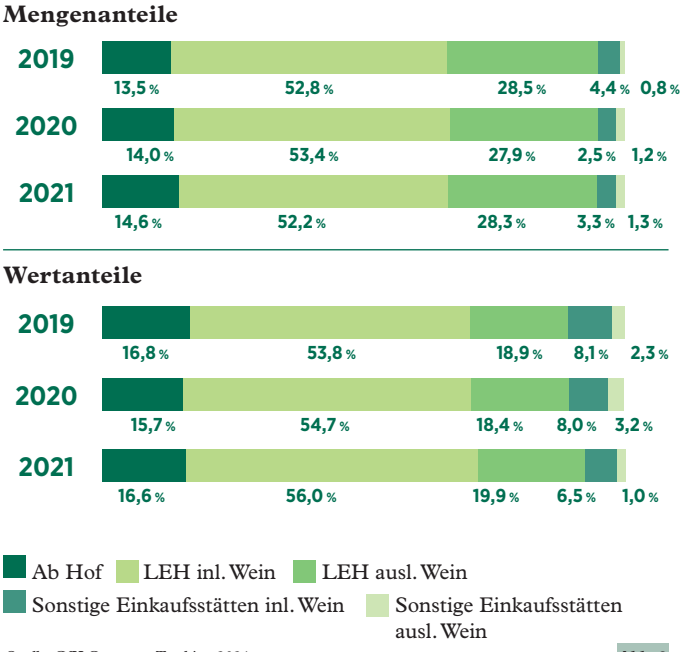
Durchschnittspreise im Heimkonsum pro Liter

	2019	2020	2021
Ab Hof	5,7	5,2	5,6
LEH inländischer Wein	4,6	4,7	5,2
LEH ausländischer Wein	3,0	3,0	3,1
Sonstige Verkaufsstätten inländischer Wein	8,4	10,4	9,8
Sonstige Verkaufsstätten ausländischer Wein	12,5	12,6	11,3
Total	**4,5**	**4,6**	**4,9**

Quelle: GfK Consumer Tracking 2021

Abb. 2

Mengen- und Wertanteile der Absatzmittler Heimkonsum



Quelle: GfK Consumer Tracking 2021

Abb. 3

Lebensmitteleinzelhandel

Der Wein-Absatz im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zeigte sich in den letzten Jahren relativ stabil. Umsatzmäßig konnten kontinuierlich deutliche Gewinne erzielt werden.

Im Corona-Jahr 2020 legten Umsatz und Absatz dann kräftig zu; Gründe hierfür waren die bekannten Lockdowns und Schließungen in der Gastronomie, also die daraus resultierende vermehrte Konsumation zu Hause (s.o.). 2021 ging der Absatz dann wieder etwas zurück (-2,3 %), der Umsatz konnte aber nochmals leicht gesteigert werden (+0,7 %).

Österreicher*innen kaufen im LEH bevorzugt inländischen Wein. 2021 lag der Marktanteil im Absatz bei 67,4 % und im Umsatz bei 76,6 % (Abb. 4). Österreichische Weine konnten 2021 im LEH folgende Entwicklungen verzeichnen: Weißwein: +2,9 % Menge, +4,8 % Wert; Rotwein: -3,6 % Menge, -0,5 % Wert; Roséwein: +3,5 % Menge, +4,9 % Wert (Abb. 5).

Marktanteile Inland/Ausland im LEH

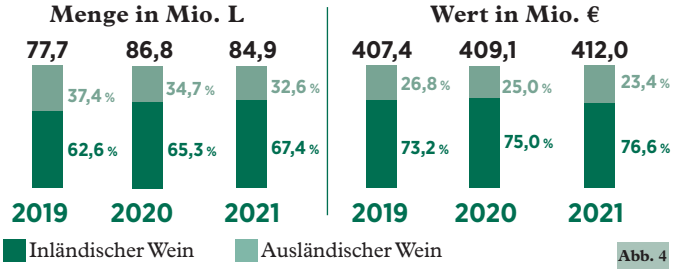


Abb. 4

Quelle: NielsenIQ 2021

Marktanteile Weiß/Rot/Rosé im LEH

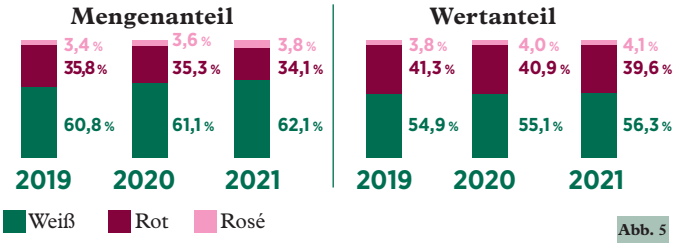


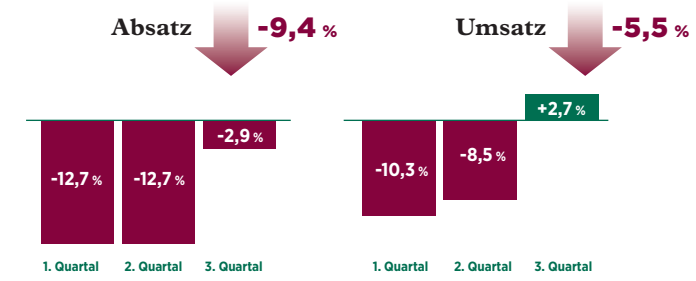
Abb. 5

Quelle: NielsenIQ 2021

Entwicklung Weinverkauf inländische Weine im LEH Q1–Q3 2022

Der Wein-Absatz fiel 2022 im ersten und zweiten Quartal im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres relativ stark. Diese Entwicklung ist darauf zurückzuführen, dass im Gegensatz zu 2021 die Gastronomie geöffnet war und daher wieder weniger Wein im LEH gekauft wurde. Im dritten Quartal zeigt der Absatz einen leichteren Rückgang. Der Umsatz sank ebenfalls im ersten und zweiten Quartal, aber stieg leicht im dritten Quartal. Insgesamt sank der Absatz im LEH bis zum dritten Quartal 2022 um 9,4 % und der Umsatz um 5,5 %. Daraus lässt sich schließen, dass die Weinpreise im LEH steigen (Abb. 6).

Österreichischer Wein im LEH, Q1–Q3 2022 vs. Q1–Q3 2021



Quelle: NielsenIQ, Jänner–September 2022

Abb. 6

Gastronomie

Die Corona-bedingten Lockdowns trafen vor allem die Gastronomie besonders hart. Nach den nun vorliegenden Jahresdaten wurde 2021 rund ein Drittel weniger Wein im Gastro-Großhandel eingekauft als vor Ausbruch der Pandemie 2019. Eine Analyse der Verkäufe zeigt aber, dass heimische Tropfen nach wie vor präferiert gekauft wurden. Mit 90,1 % Marktanteil bei der Menge und 84,0 % beim Wert war österreichischer Wein im C+C-Zustellgroßhandel die klare Nummer eins (Abb. 7). Ausländische Weine hatten 2021 einen Marktanteil von 9,9 % bei der Menge und 16,0 % beim Wert.

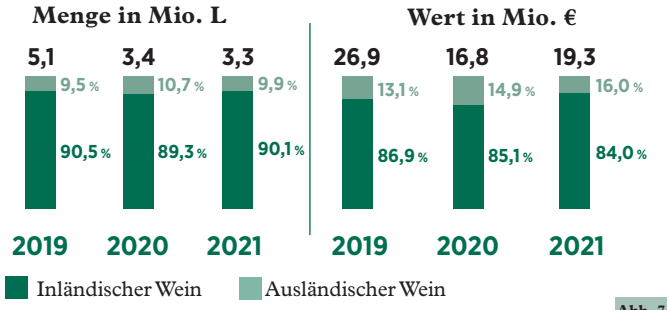
Entwicklung Verkauf inländischer Weine im Gastro-Großhandel Q1–Q3 2022

Die neuesten Zahlen aus dem Gastro-Großhandel bis inkl. September 2022 zeigen insbesondere in den ersten vier Monaten einen starken Anstieg der Verkäufe sowohl bei der Menge als auch beim Wert. Nach den Corona-bedingten Rückgängen der letzten Jahre sind diese Zuwächse sehr erfreulich, auch wenn das Vorkrisenniveau noch nicht ganz wieder erreicht ist. Insgesamt liegt der Absatz bis inkl. September 2022 bei 2,9 Mio. L (+40,8 % zu Q1–3 2021) und der Umsatz bei 15,3 Mio. € (+37,5 % zu Q1–3 2021; vgl. Abb. 8).

Obwohl diese Zahlen nur einen kleinen Teil des Gastronomie-Gesamtmarktes abdecken, sind sie doch ein wichtiger Indikator für die Entwicklung der von Corona besonders hart getroffenen Branche. Da speziell in der Gastronomie höherwertige Weine abgesetzt werden, wäre eine starke Wintersaison 2022/2023 für Österreichs Winzer*innen wichtig, um den Absatz in dieser Produktkategorie zu forcieren. Die ÖWM plante daher für die Wintersaison eine eigene Winterkampagne (siehe auch S. 11) und wird auch 2023 weiterhin einen starken Fokus auf die Unterstützung der Gastronomie legen.

Absatz **+40,8 %** Umsatz **+37,5 %**

Marktanteile Inland/Ausland im Gastro-Großhandel/C+C



Quelle: Gastrodata, GastroPanel I-XII 2021

Abb. 7

Österreichischer Wein im Gastro-Großhandel/ C+C, Q1–Q3 2022 vs. Q1–Q3 2021

	2022 in L	+/- L zu 2021	2022 in €	+/- € zu 2021
Jänner	253.454	181,4%	1.327.452	137,6%
Februar	291.598	213,9%	1.573.870	192,4%
März	331.063	176,9%	1.768.789	150,7%
April	300.615	150,9%	1.595.584	129,7%
Mai	357.064	33,7%	1.898.688	23,7%
Juni	379.177	12,7%	1.952.764	12,5%
Juli	340.822	-5,3%	1.668.588	-8,9%
August	360.400	-1,2%	1.803.068	-0,9%
September	334.412	-2,8%	1.758.429	1,0%
WEIN Inland YTD	**2.948.606**	**40,8%**	**15.347.231**	**37,5%**

Quelle: Gastrodata, GastroPanel Jänner–September 2022

Abb. 8

© ÖWM / 1000things

„Dokumentation Österreich Wein“ mit den aktuellsten statistischen Daten zu Inlandsmarkt, Außenhandel und internationalem Weinmarkt **österreichwein.at > Presse & Multimedia > Statistik**

EXPORTENTWICKLUNG

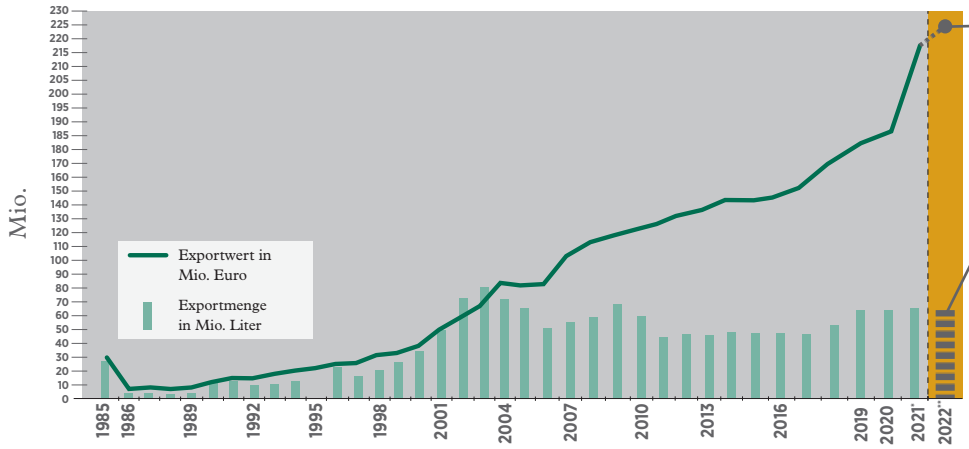
Der Gesamtwert der österreichischen Wein-Exporte lag im Zeitraum Jänner bis September 2022 laut vorläufiger Ergebnisse von Statistik Austria bei 175,3 Mio. Euro (+7,5 %). Die Gesamtmenge belief sich auf 51,0 Mio. Liter (-4,4 %). Über das Gesamtjahr könnte ein Rekord-Durchschnittspreis eingefahren werden.

Erfreuliche Zuwachsraten in vielen wichtigen Märkten

Das Exportjahr 2021 hatte die Latte sehr hoch gelegt: Mit dem höchsten Wertzuwachs aller Zeiten (+29,5 Mio. Euro) überschritt Österreich erstmals die 200-Mio.-Euro-Marke. In den ersten neun Monaten 2022 hielt der positive Trend an: Der Exportwert zeigte sich weiter steigend (+7,5 %). Zuwächse im zweistelligen Bereich gab es in den Hauptexportmärkten Kanada, Niederlande, Schweden und der Schweiz. In Deutschland, Österreichs größtem Exportmarkt, stieg der Exportwert bis einschließlich September 2022 auf 70,4 Mio. Euro (+1,0 %). Die Exporte in die Schweiz beliefen sich auf 19,8 Mio. Euro (+11,5 %), in die USA auf 16,3 Mio. Euro (+5,6 %) und in die Niederlande auf 15,6 Mio. Euro (+ 17,6 %). Den stärksten Wertzuwachs verzeichnete Kanada mit einer eindrucksvollen Steigerung auf 9,1 Mio. Euro (+54,1 %).

In die Mitgliedstaaten der Europäischen Union exportierte Österreich in den ersten drei Quartalen 2022 Weine im Wert von 113,3 Mio. Euro (+6,8 %). In Drittstaaten wurden Weine im Wert von 62,0 Mio. Euro exportiert (+8,8 %).

Durch eine leicht sinkende Exportmenge (-4,4 %) stieg der Durchschnittspreis aller Exporte auf 3,44 Euro pro Liter. Sollte sich der Trend fortsetzen, könnte Österreich bei den Ganzjahreszahlen 2022 den höchsten Durchschnittspreis seiner Wein-Exportgeschichte einfahren. Zudem sollte es für das Gesamtjahr 2022 möglich sein, den Exportwert auf 225 Mio. Euro zu steigern. Das mittelfristige Exportziel bleibt weiterhin bei 250 Mio. Euro.



225 Mio. Euro

66 Mio. Liter

**Quelle: Statistik Austria, finale Exportzahlen I-XII 2021 (Stand Juni 2022)*
***Quelle: Prognose ÖWM. Exportdaten 2022 bei Druckunterlagenschluss noch nicht verfügbar. Abrufbar ab Mitte März 2023 unter österreichwein.at > Presse & Multimedia > Statistik*

Die Erhebungsmethode von Statistik Austria beinhaltet auch Reexporte nicht-österreichischer Weine.

Weinexporte 01–09 2021/2022 | Wichtigste Exportländer

	01-09 2021		01-09 2022		Veränderung		Anteil Gesamtexport 2022
Land	**1.000 L**	**1.000 €**	**1.000 L**	**1.000 €**	**L in %**	**€ in %**	**Wert**
Gesamt DS Preis	**53.347**	**163.046** 3,06	**51.015**	**175.255** 3,44	**-4,4 %**	**7,5 %**	**100,00 %**
Flaschenwein DS Preis	**44.261**	**153.853** 3,48	**41.159**	**164.585** 4,00	**-7,0%**	**7,0%**	**93,91%**
Fasswein DS Preis/lt	**9.087**	**9.193** 1,01	**9.856**	**10.670** 1,08	**8,5%**	**16,1%**	**6,09%**
Deutschland DS Preis/lt	**31.784**	**69.716** 2,19	**30.134**	**70.428** 2,34	**-5,2%**	**1,0%**	**40,19%**
Schweiz DS Preis/lt	**3.442**	**17.735** 5,15	**3.653**	**19.778** 5,41	**6,1%**	**11,5%**	**11,29%**
USA DS Preis/lt	**3.090**	**15.395** 4,98	**2.845**	**16.255** 5,71	**-8,0%**	**5,6%**	**9,28%**
Niederlande DS Preis/lt	**4.407**	**13.251** 3,01	**4.477**	**15.581** 3,48	**1,6%**	**17,6%**	**8,89%**
Kanada DS Preis/lt	**851**	**5.907** 6,94	**1.327**	**9.102** 6,86	**55,9%**	**54,1%**	**5,19%**
Schweden DS Preis/lt	**1.264**	**6.664** 5,27	**1.370**	**7.695** 5,62	**8,5%**	**15,5%**	**4,39%**
Norwegen DS Preis/lt	**1.228**	**5.877** 4,79	**1.032**	**5.393** 5,23	**-16,0%**	**-8,2%**	**3,08%**
Vereinigtes Königreich DS Preis/lt	**1.024**	**4.695** 4,58	**533**	**3.011** 5,64	**-47,9%**	**-35,9%**	**1,72%**
Tschechien DS Preis/lt	**979**	**2.158** 2,21	**679**	**2.503** 3,69	**-30,6%**	**16,0%**	**1,43%**
Belgien DS Preis/lt	**395**	**2.345** 5,94	**334**	**2.112** 6,32	**-15,4%**	**-9,9%**	**1,21%**

Quelle: Statistik Austria, vorläufige Exportzahlen 1-9 2021/2022; Stand Dezember 2022. Daten gereiht nach Exportwert 2022
Die Erhebungsmethode von Statistik Austria beinhaltet auch Reexporte nicht österreichischer Weine.

Wichtigste Exportmärkte: Wertsteigerungen sorgen für steigende Durchschnittspreise

Deutschland: deutlich über Gesamtentwicklung trotz Mengen-Minus

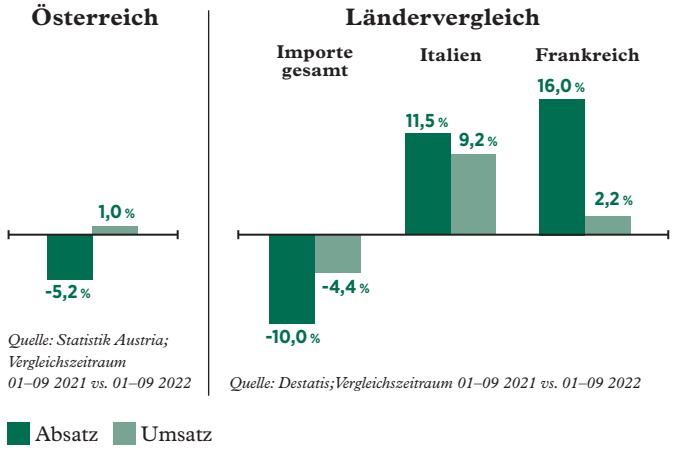
Nachdem in den beiden Pandemiejahren besonders der Online-Handel in Deutschland stark nach oben gezeigt hatte, scheinen sich die Weinexporte in Österreichs wichtigstem Exportmarkt wieder auf das Vor-Corona-Niveau einzupendeln. In den ersten neun Monaten 2022 zeigte sich die Exportmenge nach Deutschland mit minus 5,2 % rückläufig; dafür stieg der Exportwert leicht um ein Prozent. Diese Entwicklung resultierte in einem steigenden Durchschnittspreis pro Liter: Er kletterte auf 2,34 Euro (2021: 2,22 Euro).

Im Vergleich zu Frankreich und Italien hatte Österreich im Beobachtungszeitraum das Nachsehen. Diese verzeichneten gute Zuwächse bei Menge und Wert. Dennoch lag Österreich deutlich über der Gesamtentwicklung des Weinimportmarkts Deutschland: Der Importwert fiel insgesamt um 4,4 %, die Menge sogar um 10 %.

Platz 7

beim Durchschnittspreis (€/L) unter den wichtigsten Weinimportländern Deutschlands

Exporte nach Deutschland



Quelle: Statistik Austria; Vergleichszeitraum 01–09 2021 vs. 01–09 2022

Quelle: Destatis;Vergleichszeitraum 01–09 2021 vs. 01–09 2022

Sattes Plus in der Schweiz

Während der gesamte Weinimport in der Schweiz in den ersten neun Monaten 2022 mengenmäßig zurückging und im Wert nur moderat stieg, konnte österreichischer Wein deutliche Steigerungen verzeichnen.

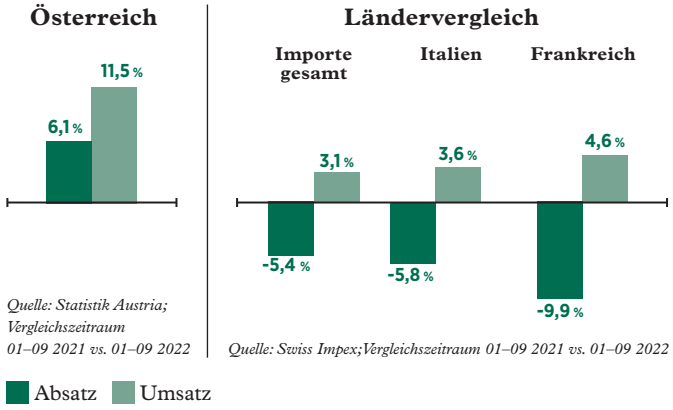
Ein Plus von 6,1 % bei der Menge und 11,5 % beim Wert sorgten dafür, dass der Durchschnittspreis pro Liter auf 5,41 Euro zulegte (2021: 5,15 Euro). Damit liegt Österreich auf Platz drei der wichtigsten Weinimportländer in der Schweiz.

Deutlich hinter sich lassen konnte Österreich auch Italien und Frankreich, die zwar Wertzuwächse verzeichneten, jedoch spürbare Mengeneinbußen hinnehmen mussten.

Platz 3

beim Durchschnittspreis (€/L) unter den wichtigsten Weinimportländern der Schweiz

Exporte in die Schweiz



Quelle: Statistik Austria; Vergleichszeitraum 01–09 2021 vs. 01–09 2022

Quelle: Swiss Impex;Vergleichszeitraum 01–09 2021 vs. 01–09 2022

USA: geringere Menge, höherer Wert

2021 hatte Österreich noch nie dagewesene Exportzahlen in den USA erzielt: Plus 18,9 % bei der Menge und 23,1 % beim Wert. Die Exportzahlen bis September 2022 zeigten beim Exportwert weiter um 5,6 % nach oben, während die Menge um 8 % zurückging.

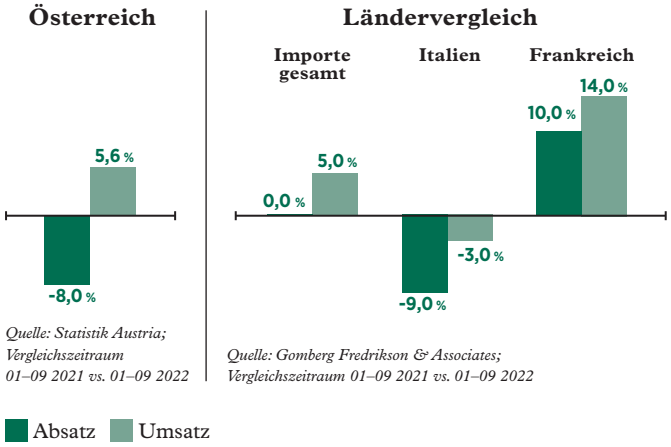
Damit lag Österreich bei der Exportmenge unter dem Durchschnitt der Gesamt-Weinimporte, bilanzierte beim Wert aber leicht überdurchschnittlich. Ob die intensive herbstliche Marktbearbeitung durch Winzer*innen und die ÖWM die Exportzahlen bis zum Jahresende hin noch wachsen lässt, wird sich zeigen.

Nach wie vor erzielt Österreich in den USA sehr hohe Durchschnittspreise und liegt im Ländervergleich auf Platz 4. Länder wie Italien und Deutschland liegen hinter Österreich.

Platz 4

beim Durchschnittspreis (€/L) unter den wichtigsten Weinimportländern der USA

Exporte in die USA



Quelle: Statistik Austria; Vergleichszeitraum 01–09 2021 vs. 01–09 2022

Quelle: Gomberg Fredrikson & Associates; Vergleichszeitraum 01–09 2021 vs. 01–09 2022

VIEVINUM 2022: FULMINANTES COMEBACK

*Nach vier Jahren Zwangspause konnte die VieVinum wieder stattfinden – und sie wurde ein voller Erfolg. Von 21. bis 23. Mai präsentierten sich 480 österreichische Weingüter einem hochkarätigen Fachpublikum. Mehr als 1.000 Expert*innen aus über 50 Ländern holte die ÖWM dafür eigens nach Wien. Ihre Reaktionen waren voller Begeisterung für den österreichischen Wein.*

Die Atmosphäre der Wiener Hofburg macht die VieVinum zur wohl schönsten Weinmesse der Welt.

Die Vorfreude war sehr groß, das Resümee ließ keine Wünsche offen: Die VieVinum, die zuletzt 2018 stattfinden konnte, wurde 2022 zum erhofften großen Familienfest des österreichischen Weins. Um für Österreichs Winzer*innen einen maximalen Mehrwert zu schaffen, legte der Messeveranstalter M.A.C. Hoffmann den Fokus der VieVinum auf das Fachpublikum. Die ÖWM unterstützte diese Bemühungen mit mehr als 1.000 internationalen Gästen aus Handel, Gastronomie und Presse, die sie aus über 50 Ländern nach Wien holte.

Wiedersehen und Kennenlernen

Am Donnerstag vor der VieVinum lud die ÖWM ihre Gäste zum gemütlichen Get-together beim Heurigen.

An allen drei Messetagen nutzten die Fachgäste die Gelegenheit, mit Österreichs Winzer*innen in direkten Kontakt zu treten. Die Freude über das Wiedersehen langjähriger Geschäftspartner*innen war dabei ebenso groß wie das Interesse, neue Weingüter kennenzulernen.

Das Messe-Rahmenprogramm bot dafür zahlreiche Gelegenheiten: etwa mit gezielten Masterclasses im Rahmen der „School of Wine“ oder Veranstaltungen von Winzervereinigungen und Weinbaugebieten. Ein eigener Online-Cityguide der ÖWM fasste alle Rahmenveranstaltungen der Gebiete und Vereinigungen übersichtlich zusammen.

Am 21. Mai wurde die VieVinum feierlich eröffnet. V. l. n. r.: Chris Yorke (Geschäftsführung ÖWM), Susanne Kraus-Winkler (Tourismus-Staatssekretärin), Alexandra Graski-Hoffmann (Geschäftsführung M.A.C. Hoffmann), Diana Müller (Bundesweinkönigin Diana I.), Johannes Schmuckenschlager (Präsident Österr. Weinbauverband)

*Bei Winzer*innen und Gästen herrschte rundum gute Laune.*

© ÖWM / Philipp Lipiarski

*Österreichs Winzer*innen konnten sich ausgiebig mit den Fachgästen aus aller Welt austauschen.*

220 Gäste bei Flightverkostung

Bereits am Donnerstagabend vor der VieVinum lud die ÖWM ihre Gäste für eine gemütliche Einstimmung zum Get-together beim Heurigen. Am Freitag organisierte sie eine ganztägige hochkarätige Flightverkostung mit 92 „International Heroes“. Dabei handelte es sich um österreichische Top-Weine, die bei internationalen Medien höchste Auszeichnungen erringen konnten. Das Feedback zu dieser Verkostung, zu der 220 Expert*innen erschienen, fiel äußerst positiv aus: sowohl in Bezug auf die Qualität der Weine als auch auf die Organisation.

Die Flightverkostung „International Heroes” begeisterte das internationale Fachpublikum.

Fachreisen in die Gebiete

Im direkten Anschluss an die VieVinum fanden Fachreisen nach Niederösterreich, ins Burgenland und in die Steiermark statt. Diese stießen auf großes Interesse bei den internationalen Gästen und boten ihnen die Möglichkeit, noch tiefer in die Welt der einzelnen Gebiete und ihrer Weinstile einzutauchen.

Impressionen zur VieVinum 2022:
www.youtube.com/oesterreichwein

© ÖWM / Philipp Lipiarski

VieVinum 2022: voller Erfolg beim internationalen Fachpublikum

*Zur Erfolgsmessung der VieVinum gab die ÖWM eine detaillierte Evaluierung in Auftrag. Die Ergebnisse zeigen, dass die Messe ihr Ziel erreichen konnte: Der österreichische Wein baute sein Standing aus, und die internationalen Händler*innen und Gastronom*innen werden mehr Weine aus Österreich in ihr Portfolio aufnehmen.*

Für die Analyse befragte die ÖWM gemeinsam mit der Agentur marketmind mehrere Hundert internationale Gäste, die sie für die VieVinum nach Wien geholt hatte.

Zwei österreichische Weine pro Portfolio mehr

98 % aller Befragten gaben an, dass sich ihr Wissen über den österreichischen Wein durch die VieVinum verbessert hat. Drei Viertel (76 %) aus Handel und Gastronomie bestätigten, dass ihnen das erworbene Wissen helfen wird, mehr Wein aus Österreich zu verkaufen. Und sie gaben an, im Durchschnitt mehr als zwei weitere österreichische Weine in ihr Portfolio aufzunehmen.

Positive Bewertungen für ÖWM Service und Gebietsreisen

Auf und abseits der Messe sorgte die ÖWM für einen Rundum-Service der Gäste – ein Aufwand, der sich gelohnt hat: 97 % aller Befragten gaben an, vom ÖWM Service profitiert zu haben. Besonders überzeugend war die Flightverkostung „International Heroes“, mit der 96 % zufrieden waren.

Großen Anklang fanden auch die Weinreisen, die die Gebiete Niederösterreich, Burgenland und die Steiermark im Anschluss an die VieVinum organisierten. 89 % der Teilnehmer*innen gaben an, mit der Reise zufrieden bzw. sehr zufrieden gewesen zu sein.

In der Austrian Wine Lounge konnten sich die Gäste entspannen.

1.004 Fachgäste aus aller Welt

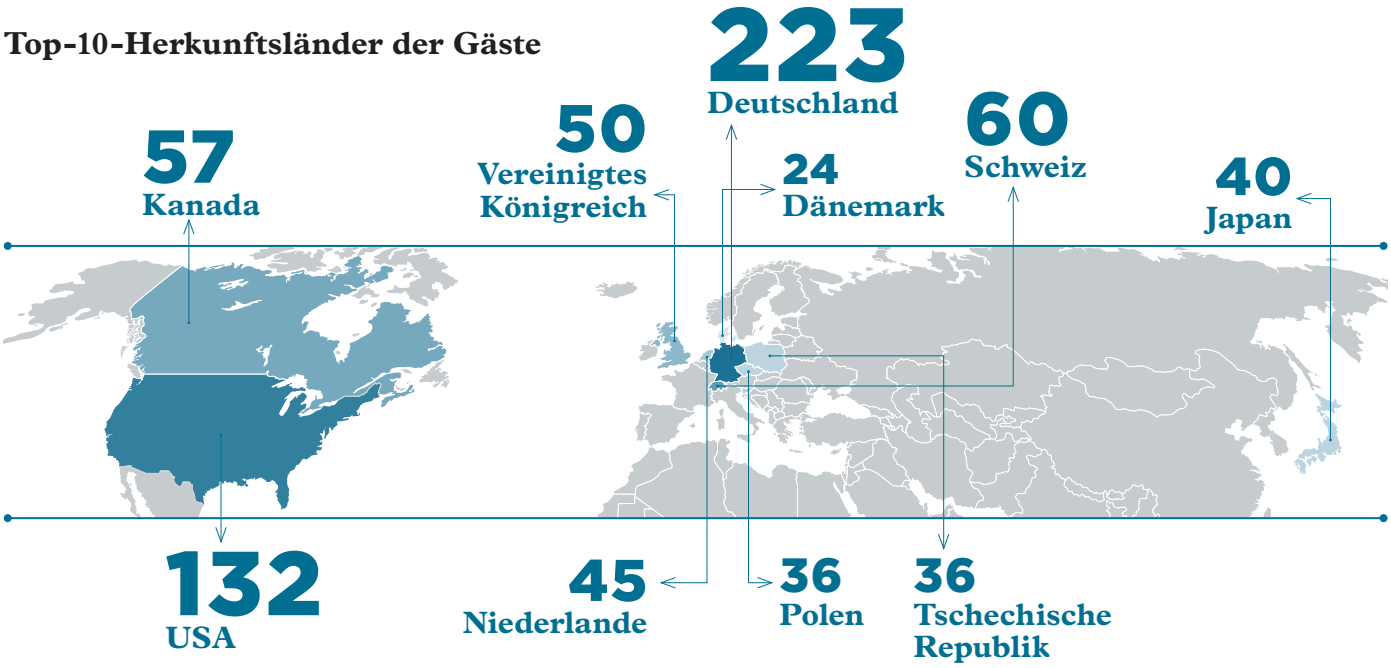
568 Gäste aus Handel

214 Gäste aus Gastronomie

92 Gäste aus Presse

130 weitere Weinexpert*innen

Top-10-Herkunftsländer der Gäste



© ÖWM / Philipp Lipiarski

VieVinum 2022: die Stimmen

Im Zuge der VieVinum holte die ÖWM Dutzende internationale Gäste vor die Kamera. Sie sprach mit ihnen über verschiedenste Themen rund um den österreichischen Wein. Die Gespräche wurden anschließend zu einzelnen thematischen Videos zusammengestellt, die zeigen: Österreichischer Wein wird rund um den Globus geschätzt wie nie zuvor.

Videos auf Deutsch:

Über die Herkunftstypizität österreichischer Weine

Mit:

Marc Almert | ASI Best Sommelier 2019, Baur au Lac (Schweiz)
Benjamin Herzog | Chefredakteur Falstaff Schweiz
Lisa Bader | Gault Millau Sommelière des Jahres 2021 (Schweiz)
Sascha Speicher | Chefredakteur Meiningers Sommelier (Deutschland)

Über das Umweltbewusstsein im Weinland Österreich

Mit:

Harald Scholl | Chefredakteur Vinum Magazin (Deutschland)
Chandra Kurt | Journalistin (Schweiz)
Sascha Speicher | Chefredakteur Meiningers Sommelier (Deutschland)
Gerhard Retter | Sommelier (Deutschland)

Über die Vielfalt der Weinstile Österreichs

Mit:

Harald Scholl | Chefredakteur Vinum Magazin (Deutschland)
Sascha Speicher | Chefredakteur Meiningers Sommelier (Deutschland)
Marc Almert | ASI Best Sommelier 2019, Baur au Lac (Schweiz)
Johannes Schellhorn und Willi Schlögl | Sommeliers, Bar Freundschaft (Deutschland)
Lisa Bader | Gault Millau Sommelière des Jahres 2021 (Schweiz)
Chandra Kurt | Journalistin (Schweiz)
Gerhard Retter | Sommelier (Deutschland)

Videos auf Englisch:

Über das Umweltbewusstsein im Weinland Österreich

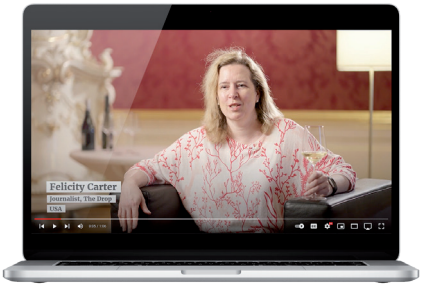
Mit:

Mike Bennie | Journalist, The Wine Front (Australien)
John Szabo | Master Sommelier & Journalist, Wine Align (Kanada)
Rodolphe Lameyse | Geschäftsführer Vinexpo (Frankreich)
Jill Barth | Journalistin, Forbes Magazine (USA)
Young Shi | Journalistin, Jancis Robinson (UK)
Simon J Woolf | Journalist, The Morning Claret (Niederlande)

Über alternative Weinstile in Österreich

Mit:

Simon J Woolf | Journalist, The Morning Claret (Niederlande)
Liinaa Berry | Sommelière (Australien)
Aleks Zecevic | Journalist, Wine Enthusiast (USA)



Über Weintourismus in Österreich

Mit:

Felicity Carter | Journalistin, The Drop (USA)
Marc Almert | ASI Best Sommelier 2019, Baur au Lac (Schweiz)
Jane Skilton | Master of Wine (Neuseeland)
John Szabo | Master Sommelier & Journalist, Wine Align (Kanada)
Rodolphe Lameyse | Geschäftsführer Vinexpo (Frankreich)
Liinaa Berry | Sommelière (Australien)
Stephen Brook | Journalist, Decanter (UK)
Aleks Zecevic | Journalist, Wine Enthusiast (USA)
Mike Bennie | Journalist, The Wine Front (Australien)
Simon J Woolf | Journalist, The Morning Claret (Niederlande)
Heidi Iren Hansen | Master of Wine & Sommelière, Kulinarsk Akademi (Norwegen)

Alle weiteren Videos finden Sie hier:
www.youtube.com/oesterreichwein

EXPORTMÄRKTE

99
AKTIVITÄTEN*
19 Formate mit Winzer*innenbeteiligung

**Veranstaltungen, Wein-Sammeltransporte etc.*

3.101
präsentierte Weine

491
vertretene Weingüter

6 Events Dritter in **6** Ländern unterstützt

13 Fachreisen aus **16** Ländern nach Österreich

1 Handelskampagne mit **100** teilnehmenden Betrieben

7 Sammeltransporte für Verkostungen Dritter mit **624** Weinen

MEDIENECHO

14.386 Artikel in **5.043** Medien

Top-Themen:
Grüner Veltliner
Riesling
Wachau

Werbeäquivalenzwert: **€ 136,1 Mio.**

Beobachtungszeitraum: 1.1.–15.12.2022

119 Anzeigen

76 Online-Kooperationen (Newsletter, Social-Media-Beiträge, Banner, Landing Pages, Online-Artikel)

85 vereinbarte Advertorials/ Artikel in Print-Medien in **21** Ländern

ONLINE-MARKETING

49.252
Follower

-2,8 %
im Vergleich zum Vorjahr

235.819
Website-Sitzungen

1 Sitzung = 1 Person, die über einen längeren Zeitraum mit der Website interagiert

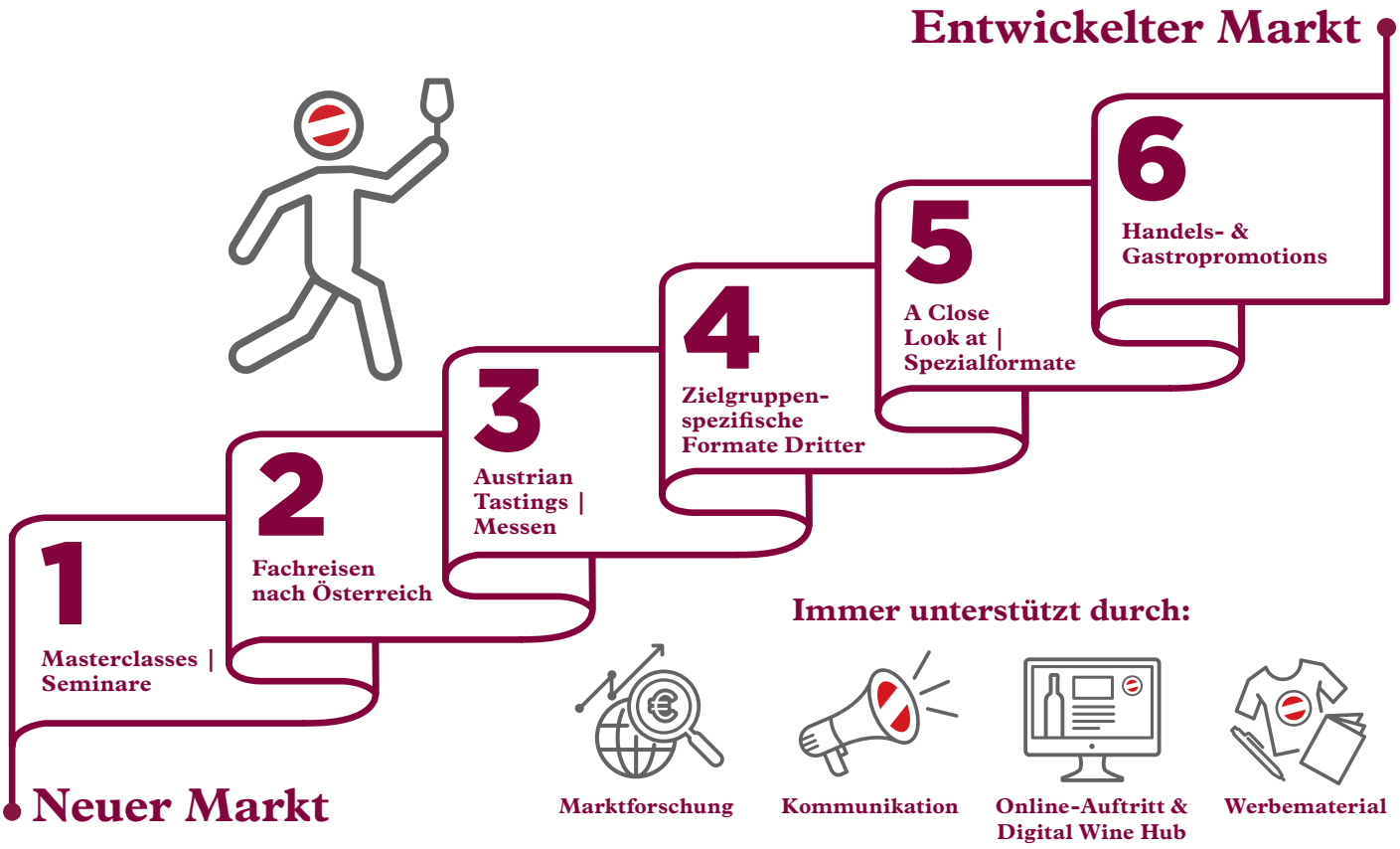
8
Newsletter

10.755
Abonnent*innen*

**englischsprachiger Newsletter*

DIE SECHS STUFEN ZUM ERFOLG

Die ÖWM hat mehrere Stufen der Marktreife definiert, die als Orientierung für die Bearbeitung weltweiter Exportmärkte dienen. Die unterschiedlichen Phasen führen zu immer komplexeren und tiefgreifenderen Maßnahmen in den einzelnen Märkten.



STUFE 1

Masterclasses | Seminare

Mit Masterclasses und Seminaren vermittelt die ÖWM rund um den Globus Wissen zu Wein aus Österreich. Durch die Wahl spezifischer Themen geht sie auf die unterschiedlichen Zielgruppen ein und kann somit auf den verschiedenen Märkten Wissen aufbauen oder vertiefen.

Masterclasses UK und Kanada

Auch 2022 nutzte die ÖWM Masterclasses als begleitende Maßnahme zu bestehenden Eventformaten, um das Weinwissen der Gäste zu vertiefen. So bot sie beispielsweise im Vereinigten Königreich im Rahmen des Austrian Tastings **UK** drei interessante Online-Masterclasses an, die von österreichischen Weinbaugebieten organisiert wurden. Die Gäste konnten sich vorab für das Seminar anmelden und bekamen Unterlagen sowie Weine in Kleinflaschen abgefüllt nach Hause geschickt. Beim Austrian Tasting **Montreal**, das wieder vor Ort stattfinden konnte, moderierte die Sommelière Isabelle Bordeleau eine ausgebuchte Masterclass mit 50 Plätzen, die auf helle Begeisterung beim kanadischen Publikum stieß. Zusätzlich fand wenige Tage später eine weitere Masterclass in **Toronto** statt. Der Bacchus-Preisträger 2022 John Szabo MS und Roman Horvath MW machten das wissbegierige Publikum ausführlich mit dem österreichischen Wein vertraut.

256 Teilnehmer*innen

68 präsentierte Weine

Masterclasses und Seminarreihen in Asien

Masterclass in Singapur

Masterclass in China

Masterclass in Hongkong

346 Teilnehmer*innen

208 präsentierte Weine

Reisen nach Asien war in den vergangenen Jahren fast komplett ausgeschlossen. Um das dortige Fachpublikum dennoch weiterhin mit dem österreichischen Wein in Kontakt zu bringen, organisierte die ÖWM gemeinsam mit Kooperationspartner*innen vor Ort etliche Masterclasses und Seminarreihen. Im April zeigte sie mit einer Masterclass und einer Weinbar in **Seoul** wieder Präsenz auf dem südkoreanischen Markt. Die in **Singapur** ansässige Master of Wine Annette Scarfe präsentierte in einer Seminarreihe für Fachpublikum jeden Montag im Juni ein anderes Thema, um die Vielfalt der österreichischen Weine zu vermitteln.

Ein besonderes Highlight waren im September zwei Online-Weinseminare gemeinsam mit der ersten Master of Wine in China, Fongyee Walker, und ihrem Mann Edward Ragg, ebenfalls Master of Wine. Bei der hybriden Verkostung hatten die Studenten der Dragon Phoenix Wine School in **Peking** die Möglichkeit, die gleichen Weine vor Ort in China zu verkosten, die die Vortragenden im Digital Wine Hub der ÖWM in Wien live präsentierten.

Ein „Austrian Wine Day“ stand im Oktober in **Hongkong** auf dem Programm. Debra Meiburg MW präsentierte gemeinsam mit ausgezeichneten Sommeliers und Sommelières diverse Masterclasses rund um Wein aus Österreich. Die Verkostungsthemen waren sehr spezifisch auf die unterschiedlichen Zielgruppen Handel, Gastronomie und Presse zugeschnitten.

Peggy Liu, eine Expertin für österreichischen Wein in China, hielt über das Jahr verteilt mehrere Weinseminare in **Shanghai** und eines in **Shenzhen** ab; Zielpublikum waren Einsteiger*innen und Fachgäste.

Masterclass-Reihe in Deutschland

Masterclass in Köln

82 Teilnehmer*innen

52 präsentierte Weine

In Deutschland ist das Wissen zu Wein aus Österreich bereits fundierter. Aus diesem Grund kann die ÖWM auf diesem Markt bei der Themenauswahl stärker in die Tiefe gehen. Sebastian Bordthäuser und Sebastian Russold hielten im Herbst jeweils eine Masterclass in **Köln** und **Leipzig**. Das Programm „Abseits der gewohnten Pfade“ war für diese Märkte zugeschnitten und zeigte den Fachpersonen die Vielfalt von österreichischem Wein. Im November empfingen Markus Hirschler und Stefan Grabler in ihrem Gasthaus Waltz in **München** zahlreiche Fachgäste zur Masterclass „Blaufränkisch – 4 Jahrgänge aus 4 Regionen“. Präsentiert wurden dort 16 Weine aus den Jahren 2014, 2016, 2018 und 2019. Der Publikumsfokus lag auf der Sommellerie, aber auch einige Fachhändler*innen nahmen mit großem Interesse an der Masterclass teil.

Kommentierte Verkostungen in den Niederlanden

Auch in den Niederlanden – viertwichtigstes Exportland Österreichs und weiter im Steigen begriffen – fanden wieder reale Verkostungen statt. Weinjournalist Simon J Woolf präsentierte im Rahmen einer Masterclass in **Amsterdam** Weine junger Winzer*innen aus Österreich. Der Journalist Ronald de Groot hingegen führte die Teilnehmer*innen in **Rotterdam** in die Vielfalt der österreichischen Rotweine ein.

53 Teilnehmer*innen

27 präsentierte Weine

Masterclasses in Amsterdam und Rotterdam

Schulungen in Deutschland und der Schweiz

23 Schulungen in Deutschland und der Schweiz

504 Teilnehmer*innen

256 präsentierte Weine

Neben den Masterclasses legt die ÖWM einen Schwerpunkt auf die Weiterbildung der jüngeren Generationen. Aus diesem Grund forciert sie die Zusammenarbeit mit Ausbildungszentren, darunter einige der renommiertesten Hotelfachschulen in der Schweiz oder die Ausbildung zum IHK-Sommelier in Deutschland. Um ein fundiertes Wissen zum Thema Wein aus Österreich aufzubauen, werden dort entsprechende Seminarblöcke inklusive Verkostungen angeboten.

© ÖWM / Anna Kauker, ÖWM

STUFE 2

Fachreisen nach Österreich

*Nach zwei Jahren reduzierter Reisetätigkeit besuchten heuer wieder zahlreiche internationale Gäste die österreichischen Weinbaugebiete. Das Verkosten der Weine im Ursprungsland und der persönliche Kontakt mit den Winzer*innen sind weiterhin die beste Möglichkeit, um eine tiefere Beziehung zu Produkt und Produzent*innen aufzubauen. Die ÖWM ermöglichte die Fachreisen, die unabhängig von der VieVinum stattfanden, mit Unterstützung bei Planung, Reiseorganisation und Finanzierung.*

Fachreisen aus Deutschland

Aus dem Nachbarland Deutschland spürte die ÖWM sehr rasch die wieder aufkeimende Reisetätigkeit nach der Pandemie. Einen großen Fokus legte sie auf die Unterstützung von **Reisen des Fachhandels**. So reiste unter anderem **Jacques' Wein-Depot** mit 30 Verkaufsmitarbeiter*innen nach Österreich. Zentraler Teil der Reise war ein Vortrag zur tieferen Wissensvermittlung des Themas Wein aus Österreich. Der Händler **Wein Wolf** aus Bonn besuchte Niederösterreich und das Burgenland mit 18 Mitarbeiter*innen. Weiters unterstützte die ÖWM Reisen der Händler **8greenbottles, Smart Wines, Veritable, Vinaturel** und **Schlumberger**.

Auch **Pressereisen** aus Deutschland durfte die ÖWM in Österreich empfangen. Eine eigene Reise führte das Genussmagazin **Port Culinaire** zum Wagram und nach Rust. Das Magazin **Meiningers Weinreisen** wiederum entdeckte Niederösterreich im Rahmen einer eingehenden Recherchereise. Für beide Medien sind Pressereisen nach Österreich zu einem jährlichen Fixpunkt in ihrer Planung geworden.

Kulinarisk Akademi aus Norwegen

Mit einer großen Delegation von 30 Fachleuten reiste die Ausbildungsstätte für Weinfachleute in Norwegen, die Kulinarisk Akademi, nach der Corona-Pause wieder nach Österreich. Unter der Leitung und Organisation der Master of Wine Heidi Iren Hansen besuchten sie während der Erntezeit die Weinbaugebiete Niederösterreichs und Burgenlands.

Handelsreisen aus der Schweiz und UK

Das Team des UK-Händlers Indigo Wine auf ihrer Reise durch das Weinland Österreich

Auch aus dem Nachbarland Schweiz reisten wieder zahlreiche Weinfachleute nach Österreich. Über das Jahr hinweg unterstützte die ÖWM **vier individuelle Händlerreisen**, bei denen 69 Fachgäste aus der Schweiz die österreichischen Weinbaugebiete im Detail kennenlernen konnten.

Aus dem Vereinigten Königreich reisten abseits der VieVinum **drei Händlergruppen** mit insgesamt 19 Gästen nach Österreich. Auch diese Reisen unterstützte die ÖWM finanziell.

Fachreisen aus Kanada und den USA

Zahlreiche Fachgäste reisten 2022 auch aus Übersee nach Österreich. Speziell aus Kanada verzeichnete die ÖWM eine hohe Reiseaktivität. Bereits der Zustrom von 57 kanadischen Fachbesucher*innen zur VieVinum übertraf die Erwartungen der ÖWM. Im Verlauf des Jahres folgten noch weitere Reisegruppen: Der Bacchuspreisträger 2022 John Szabo MS, kanadischer Journalist bei **Wine Align**, reiste gleich zweimal mit internationalen Journalist*innen durch Österreich. Die Gruppen besuchten dabei insgesamt 16 Weingüter in Wien und Niederösterreich. Die kanadische **Weinagentur „La QV"** wiederum schickte drei junge Mitarbeiter*innen für eine Ausbildungsreise nach Österreich.

Im Rahmen der VieVinum reiste auch der Weinjournalist Aleks Zecevic für das sehr renommierte US-Weinmagazin **Wine Enthusiast** durch Österreich. Der auf das Weinland Österreich spezialisierte Journalist besuchte dabei Wien, das Burgenland und die Steiermark und nutzte die Recherchen für mehrere Artikel im Wine Enthusiast.

Im Dezember bereiste Joshua Green vom US-Weinmagazin **Wine & Spirits** das Burgenland und Carnuntum. Im Rahmen seiner auf Blaufränkisch fokussierten Pressereise besuchte er verschiedene Produzent*innen.

Zudem unterstützte die ÖWM im Spätsommer eine Weinreise von 23 internationalen Händler*innen, die von der Vereinigung Premium Estates organisiert wurde.

Importeure aus Australien und Hongkong

Auch aus Ländern, deren Reisetätigkeit bis vor kurzem besonders stark reguliert war, reisten im vergangenen Jahr Fachleute nach Österreich. Der Sommelier und Importeur **Andrew Wyse** aus Australien besuchte im September 15 Winzer*innen. Die Importeurin **Amy Wu** aus Hongkong war im Oktober auf Weinreise in Österreich unterwegs. Beide nutzten den Aufenthalt für den Besuch von Gebietsverkostungen und diversen Weinbars, um einen noch umfangreicheren Einblick in das Weinland Österreich zu erhalten.

© Indigo Wine

3 Austrian Tastings | Messen

Der Messekalender füllte sich 2022 nach den Corona-bedingten Pausen wieder mit einer Vielzahl an real stattfindenden Messen. Auch die großen ÖWM Formate konnten großteils wieder in Präsenzform durchgeführt werden.

Vinexpo Paris

Die Austrian Wine Discovery Area war gut besucht.

Marc Almert und Roman Horvath MW …

… moderierten die Masterclass „What is happening in Austria?“

18 ausstellende Weingüter

>25.000 Besucher*innen

1 Masterclass

Im Februar fand die Vinexpo Paris als erste internationale Messe wieder im gewohnten Format vor Ort statt. Durch die Unterstützung der ÖWM und der Wirtschaftskammer Österreich konnten dort 18 Winzer*innen ihre Weine dem internationalen Publikum präsentieren. Am Messestand der ÖWM standen sowohl die Weine der anwesenden Winzer*innen als auch Wein-Portfolios anderer Produzent*innen zur Verkostung bereit. Begleitend zur Messe organisierte die ÖWM eine Masterclass für 50 Fachbesucher*innen. Marc Almert, ASI Best Sommelier of the World 2019, und Roman Horvath MW führten durch die Verkostung mit dem Thema „What is happening in Austria?“.

ProWein Düsseldorf

Nach über zwei Jahren Zwangspause fand von 15. bis 17. Mai 2022 auch die Prowein Düsseldorf wieder statt. Insgesamt versammelten sich über 6.600 Aussteller*innen aus aller Welt bei Europas bedeutendster Fachmesse für Weine und Spirituosen. Auch für die ÖWM hat die ProWein eine immens große Bedeutung: Bei keiner anderen internationalen Messe ist ihr Auftritt so umfassend und repräsentativ wie in Düsseldorf. Insgesamt reisten rund 290 Winzer*innen aus Österreich an, die an den drei Messetagen ihre besten Weine präsentierten, bestehende Handelsbeziehungen pflegten und neue Kontakte akquirieren konnten. Erstmals war Österreich in der Halle 5 positioniert – direkt neben den großen Deutschland-Hallen –, was für eine hohe Frequenz an den Ständen sorgte.

Um den Fachbesucher*innen einen maximalen Mehrwert in der Österreich-Halle zu bieten, organisierte die ÖWM zwölf Masterclasses zu unterschiedlichen Themen der österreichischen Weinwelt: etwa zum Reifepotenzial österreichischer Weine oder zur Dynamik der umweltbewussten Weinproduktion in Österreich. Auf diese Art brachte die ÖWM die exzellente Qualität der österreichischen Weine einem breiten Fachpublikum näher.

*In zwölf Masterclasses erfuhren Besucher*innen mehr über den österreichischen Wein.*

*Die neue Halle bot Österreichs Winzer*innen eine perfekte Präsentationsfläche.*

© ÖWM / Alexandre Nestora, ÖWM

Austrian Tasting UK – The Taste-from-Home Edition

Nach dem erfolgreichen „Stay-at-home“-Tasting im Jahr 2021 führte die ÖWM das jährliche Austrian Tasting UK auch 2022 online durch. Unter dem Titel „Taste from home“ versammelten sich Anfang April 150 Teilnehmer*innen aus dem ganzen Vereinigten Königreich vor ihren Bildschirmen. Im Vorfeld hatten sie aus 44 Winzer*innen-Portfolios je zwölf ausgewählt. Pro Portfolio erhielten sie jeweils vier Weine, die die ÖWM in Kleinflaschen abfüllen ließ und den Teilnehmer*innen vor der Verkostung zusandte.

Am Veranstaltungstag konnten die Weine über eine spezielle Online-Plattform gemeinsam mit den Winzer*innen verkostet werden. Umrahmt wurde die Verkostung von drei informationsreichen Masterclasses zu Zweigelt, Blaufränkisch und dem Kamptal.

44 Weingüter

44 Importeure

150 Teilnehmer*innen

3 Masterclasses

Weiterführende Informationen:
österreichwein.at *„Taste-from-Home Edition“*

Konzentrierte Verkostung der 90 österreichischen Weine in Zürich.

90 Weine

68 Besucher*innen

Flight Tasting Zürich

Ein ÖWM Eventformat, das sowohl in Pandemie- als auch in „normalen“ Zeiten Bestand hat, ist das Flight Tasting. Dass sich dieses Format durch seinen individuellen und intensiven Charakter ganz besonders für das Schweizer Fachpublikum eignet, zeigte das Flight Tasting Zürich am 10. Oktober.

Insgesamt konnte die ÖWM knapp 70 Gäste aus der Schweizer Gastronomie, dem Fachhandel und der Presse begrüßen. Diese hatten die Möglichkeit, 90 Weine in 15 thematischen Flights zu bestellen und sich dabei in Ruhe und eigenem Tempo quer durch Österreichs Weinlandschaft zu kosten.

Austrian Tasting Montreal

Weine von 51 Betrieben standen zur Verkostung.

Ausgebuchte Masterclass zur Themen-Vertiefung.

Mehr als 300 Gäste zeigten großes Interesse am österreichischen Wein.

51 Weingüter

19 ausstellende Importeure

303 Besucher*innen

2 Masterclasses

Im kanadischen Quebec ist österreichischer Wein aktuell gefragter denn je. Das zeigte sich schon beim großen Interesse von Fachpublikum aus dieser Region an der VieVinum. Um dieser Nachfrage Rechnung zu tragen, veranstaltete die ÖWM am 7. November nach langer Zeit wieder ein Austrian Tasting in Montreal. Dem fachkundigen Publikum wurden im Montreal Science Center Weine von 51 österreichischen Weingütern präsentiert. Dabei waren 37 Winzer*innen persönlich vor Ort und nutzten die Gelegenheit, sich mit den insgesamt 300 Gästen aus Handel, Gastronomie und Presse auszutauschen. Mit auf der Reise waren auch zehn „New Faces“, also Weingüter, die noch auf der Suche nach einer Vertretung in Kanada waren. Weitere 14 Weingüter wurden von ihren Agent*innen vor Ort repräsentiert. Vor dem offiziellen Start der Veranstaltung begrüßte die ÖWM über 50 Fachgäste bei einer ausgebuchten Masterclass mit der Sommelière Isabel Bordeleau. Dort konnten die Besucher*innen noch tiefer in die österreichische Weinwelt eintauchen und in vier thematischen Flights Weine von insgesamt 16 Produzent*innen verkosten.

Rahmenveranstaltungen in der Stadt Montreal sowie eine Masterclass mit John Szabo MS und Roman Horvath MW in Toronto begleiteten die große Veranstaltung.

© ÖWM / Chris Krebs, ÖWM

Walk Around Tasting Tokio

Beim Walk Around Tasting im Tokioter „Happo-en" wurden österreichische Weine präsentiert, die bereits auf dem Markt vorhanden sind.

267 Besucher*innen

25 ausstellende Importeure

2 Masterclassess mit je 45 Teilnehmer*innen

95 präsentierte Weingüter

Der österreichische Wein ist in Japan gefragter denn je. Diese Entwicklung bestätigte sich auch beim Walk Around Tasting, das am 26. September in Tokyo stattfand. Das Event wurde von der ÖWM in Zusammenarbeit mit dem Außenwirtschaftscenter Tokio geplant und fand in den Räumlichkeiten des „Happo-en" mit Ausblick auf einen wunderschönen traditionellen japanischen Garten statt. Der Fokus der Verkostung lag auf Weinen, die bereits in Japan erhältlich sind. Ziel war es, das breite, schon am Markt vorhandene österreichische Wein-Portfolio potenziellen Kund*innen zu präsentieren. Damit unterstützte die ÖWM die Händler*innen in ihrer Vermarktung.

Neben der Walk-Around-Verkostung konnte das Fachpublikum an zwei unterschiedlichen Masterclasses teilnehmen. Die beiden japanischen Österreich-Wein-Botschafter Sosuke Okada und Takenori Beppu präsentierten dabei die neuesten Entwicklungen und das weitere Potenzial des österreichischen Weins.

Millésime Bio

42 ausstellende Weingüter

Nach dem Erfolg der Online-Messe Millésime Bio 2021 fand die Veranstaltung 2022 sowohl online als auch in Präsenz statt: Aussteller*innen und Gäste konnten entweder am 24. und 25. Jänner an der digitalen Version oder von 28. Februar bis 2. März in Montpellier live vor Ort teilnehmen.

Seit 1993 steht die Weinmesse für ein hundertprozentiges Bio-Angebot. Neben dem spezifischen Wein-Angebot sticht die Messe durch eine effiziente, professionelle und entspannte Messeatmosphäre heraus. Diese wird von den österreichischen Winzer*innen geschätzt, was jedes Jahr mit zahlreichen wiederkehrenden Betrieben bestätigt wird. 2022 nahmen 42 österreichische Weingüter an der Messe teil. Die ÖWM unterstützte sie beim Sammeltransport und den Standgebühren.

ProWine Shanghai

Die 2022er-Ausgabe der ProWine in China fiel sehr kurzfristig den Covid-Maßnahmen vor Ort zum Opfer. Im Vorfeld hatte die ÖWM aufwändige Planungen, u. a. zur Sammeltransportabwicklung, betrieben.

© ÖWM / AC Tokio / Noriko Matsumoto

4 Zielgruppenspezifische Formate Dritter

*Neben klassischen Verkostungsformaten wie Messen oder Masterclasses entstehen weltweit neue Formate von Weinpräsentationen. Diese setzen sich oft mit spezifischen Themen auseinander, nutzen neue Möglichkeiten der Eventgestaltung und erreichen sehr spezielle Zielgruppen. Um diese Zielgruppen mit österreichischem Wein in Kontakt zu bringen, nimmt die ÖWM an diesen Veranstaltungen teil oder ermöglicht Winzer*innen eine vereinfachte Teilnahme.*

Star Wine List Awards

In bereits bewährter Manier analysieren und bewerten die Expert*innen von Star Wine List die Weinkarten der gehobenen Gastronomie rund um den Globus. Die Jury besteht dabei aus internationalen Fachleuten wie Rajat Parr, Paz Levinson, Marc Almert, Arvid Rosengren, Pascaline Lepeltier oder Raimonds Tomsons. Ein eigener Preis wird für die beste „Austrian Wine List“ vergeben. Von der ÖWM ins Leben gerufen, animiert dieser Preis die internationale Top-Gastronomie dazu, mehr österreichische Weine in ihr Angebot aufzunehmen. 2022 wurden die Awards in Großbritannien, Schweden, Finnland, Dänemark, Norwegen und Australien vergeben, wobei in London im Juni das internationale Finale stattfand.

RAW Wine und Karakterre

Für biologisch und biodynamisch produzierte Weine haben sich seit einigen Jahren weltweit neue Messen etabliert. Eine davon ist die bekannte „RAW“. 2022 bespielte die ÖWM die beiden Frühjahrs-RAW-Messen in New York und Los Angeles erstmals mit einer „Austrian Wine Discovery Area“. Präsentiert wurden dort österreichische Weingüter, die zu diesem Zeitpunkt noch nicht reisen konnten. Gleichzeitig bot sich dem Publikum eine breitere Auswahl an Weinen aus Österreich als je zuvor. Zusätzlich forcierte die ÖWM die Österreich-Wein-Präsenz durch zwei Masterclasses, moderiert von Pascaline Lepeltier in New York und Helen Johannesen in Los Angeles. Bei den Herbst-RAW-Messen in Kanada wiederum organisierte die ÖWM Masterclasses zu österreichischem Wein mit Christopher Sealy in Toronto und Michelle Bouffard in Montreal.

Die ebenfalls auf biologisch und biodynamisch produzierte Weine spezialisierte Messe Karakterre fand im November 2022 erstmals im Rockefeller Center in New York statt. Die ÖWM unterstützte mehr als 40 österreichische Winzer*innen beim komplexen Weintransport in die USA und ermöglichte ihnen somit eine erfolgreiche Teilnahme an der Messe.

Bei der RAW Wine standen mehr österreichische Weine zur Verkostung als je zuvor.

WINE100: Wettbewerb und Roadshow

Der Wettbewerb WINE100 legte den Grundstein für zukünftige Arbeit in China.

Ein Ganzjahresprojekt war die erste größere Teilnahme am chinesischen Weinwettbewerb „WINE100“. Trotz schwierigster Lieferbedingungen konnte die ÖWM einen sehr umfangreichen Weintransport mit 2.600 Flaschen von 48 Weingütern nach China organisieren. Die WINE100-Jury verkostete und bewertete die Weine anschließend. Die Ergebnisse wurden in der Folge bei der WINE100-Roadshow in Peking bei einer eigenen Preis-Zeremonie sowie im Zuge des „ProWine Beijing Weekends” präsentiert. Weitere Stationen der Roadshow mit den österreichischen Weinen waren die Städte Shanghai und Shenzhen, wo jeweils eine Masterclass mit Speisen-und-Wein-Kombinationen stattfand.

Neben den guten Bewertungen, die der Wettbewerb hervorbrachte und die den Händler*innen in China eine Basis für ihre Promotion bieten, hatte die Teilnahme noch einen weiteren positiven Effekt: Vom Sammeltransport sind noch ausreichend Weinflaschen in China vorhanden, mit denen die ÖWM auch 2023 arbeiten und weitere Verkostungsformate organisieren kann.

© ÖWM / RAW Wine, ÖWM / WINE100

STUFE 5

A Close Look at | Spezialformate

In weiter entwickelten Märkten wählt die ÖWM Veranstaltungsformate mit sehr persönlichem Charakter und großer inhaltlicher Tiefe. Die Event-Reihe „A Close Look at" spielte 2022 als Online-Variante besonders in den Überseemärkten ihre Stärken aus: in kurzer Zeit Weingüter und Fachpublikum zusammenzubringen. Das exklusive Spezialformat „Private Tasting" wiederum überzeugte in Oslo und Stockholm.

A Close Look at Pennsylvania und Massachusetts

Bei diesem Veranstaltungsformat haben Weingüter und Expert*innen aus Handel und Gastronomie die Möglichkeit, sich im kleinen, persönlichen Rahmen kennenzulernen und Kontakte zu knüpfen. Innerhalb kurzer Zeit erhalten die Winzer*innen einen guten Einblick in den jeweiligen Exportmarkt. Die Weinexpert*innen wiederum können neue österreichische Weine für ihre Betriebe entdecken.

Im Vorfeld einer großen US-Handelskampagne an der Ostküste organisierte die ÖWM 2022 zwei „A Close Look at" in Pennsylvania und Massachusetts. In diesen Bundesstaaten ist österreichischer Wein bisher noch wenig vertreten. Daher war die Vorarbeit zur Kampagne, gemeinsam mit den Weingütern, besonders wichtig für ein erfolgreiches Gelingen. Insgesamt konnten 24 österreichische Weingüter ihre Kontakte mit 24 Händler*innen aus beiden Bundesstaaten vertiefen.

A CLOSE LOOK

A Close Look at Pennsylvania und Massachusetts zum Nachsehen:

Weiterführende Informationen:
österreichwein.at „*A close look*"

Private Tastings Stockholm und Oslo

Stockholm

Oslo

Wie bei den ÖWM Flight Tastings kann man beim „Private Tasting" eine große Anzahl an Weinen in eigener Geschwindigkeit und Reihenfolge verkosten. Sehr exklusiv wird das Private Tasting durch seine ruhige und persönliche Verkostungsatmosphäre: Es gibt nur wenige Sitzplätze im gleichen Zeitfenster. Zudem werden die Teilnehmer*innen einzeln von Top-Sommeliers und -Sommelières betreut.

Im vergangenen Jahr richtete die ÖWM Private Tastings in Stockholm und Oslo, den Hauptstädten der Wachstumsmärkte Schweden und Norwegen, aus. Insgesamt nahmen 125 Fachleute teil, 230 österreichische Weine standen zur Verkostung: in Stockholm erstmals sortiert nach thematischen Flights, während in Oslo weiterhin jeder einzelne Wein separat geordert werden konnte. Besonders bedeutsam für den österreichischen Wein war, dass in beiden Fällen die Einkäufer*innen der staatlichen Alkohol-Monopole viele der Weine verkosteten.

Stimmen der Gäste:

„Alles war großartig und ich habe viel gelernt."

„Es hat mir wirklich die Augen für österreichischen Wein geöffnet!"

„Schön, einige gereifte Weine zu verkosten! Schöne Verteilung zwischen Regionen, Rebsorten etc."

Weiterführende Informationen:
österreichwein.at „*Private Tasting*"

© ÖWM / Außenwirtschaft Austria

STUFE 6

Handels- und Gastropromotions

Handel und Gastronomie sind auch international sehr wichtige Partner für den österreichischen Wein. Daher setzt die ÖWM gezielte Promotion-Maßnahmen über diese Absatzkanäle. Auf diesem Weg spricht sie unterschiedliche Zielgruppen an und unterstützt den Verkauf von österreichischem Wein rund um den Globus.

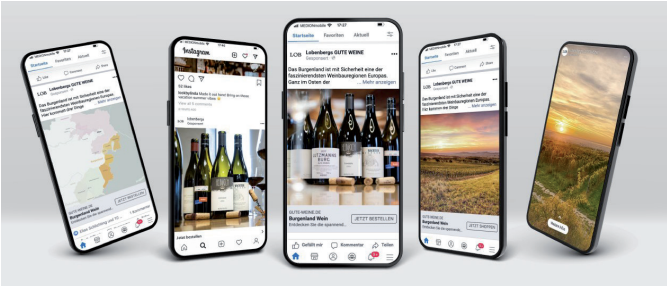
Deutschland

In Deutschland arbeitet die ÖWM mit vielen der größten Online-Weinhändler zusammen, um den Absatz österreichischer Weine zu forcieren. Die oft seit Jahren bestehenden Kooperationen mit verlässlichen Partnern sind ein wichtiger Faktor für die österreichische Weinwirtschaft.

Vicampo ist einer der größten Online-Weinhändler Deutschlands und führt über 350 Positionen aus Österreich. 2022 setzte die ÖWM gemeinsam mit Vicampo eine umfangreiche Online-Bewerbung um: mit eigenen Österreich-Weinpaketen, eigenem Startseitenbanner, exklusivem Österreich-Newsletter und sehr prominenter Platzierung österreichischer Themen im Hauptnewsletter.

Gute Zuwachsraten konnte in den vergangenen Jahren insbesondere der Online-Händler **Lobenberg** verzeichnen, der im gehobenen Preissegment angesiedelt ist. Aus diesem Grund startete die ÖWM 2022 auch mit Lobenberg eine umfangreiche Kampagne, um die Sichtbarkeit des österreichischen Weines zu verstärken. Dabei setzte sie einerseits auf eine Bewerbung des Weinlands Österreich über die Social-Media-Kanäle von Lobenberg und unterstützte zudem die Umsetzung einer eigenen Österreich-Ausgabe des erfolgreichen Print-Magazins „Einhundert“. Mit einer Auflage von 7.000 Stück wurde das Magazin gezielt bei den Bestellungen von Lobenberg beigelegt.

Magazin „Einhundert“ von Lobenberg



Bewerbung über die Social-Media-Kanäle von Lobenberg

Die **Hawesko**-Gruppe ist eines des bedeutendsten Weinhandelsunternehmen der Welt. Im Sommer 2022 lancierte die ÖWM eine große Online-Promotion mit Hawesko. Diese beinhaltete Newsletter, eine Österreich-Startseite und Social-Media-Aktivitäten. Dadurch konnten dem äußerst umfangreichen Kund*innenkreis 250 österreichische Weine von 43 Winzer*innen präsentiert werden. Der Verkauf von Weinen aus Österreich über den Online-Shop stieg um 35 %.

Vereinigtes Königreich

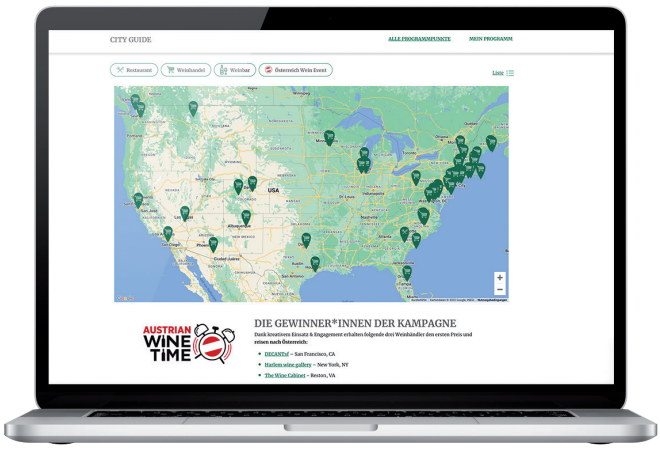
Auch im Vereinigten Königreich setzte die ÖWM 2022 auf Kooperationen mit dem Weinhandel. Mit den Unternehmen **„The Wine Society“, „Majestic“, „The Good Wine Shop“** und **„Newcomer Wines“** rief sie eigene Promotion-Kampagnen ins Leben. Diese beinhalteten beispielsweise maßgeschneiderte Österreich-Wein-Aussendungen, Landingpages und Online-Banner sowie die Unterstützung von Veranstaltungen.

Eine besonders große Österreich-Kampagne konnte die ÖWM mit „The Wine Society“ umsetzen. Sie umfasste eine Landingpage, zwei Aussendungen, eine zweiwöchige Social-Media-Kampagne und spezielle Angebote für gemischte Österreich-Weinpakete. Bei der Aktion wurden 36 österreichische Weine von zehn Produzent*innen in den Fokus gerückt.

© ÖWM, Lobenberg, Hawesko

USA

Als drittgrößter Exportmarkt haben die USA eine sehr große Bedeutung für das Weinland Österreich. Um den Absatz dort weiter zu forcieren, startete die ÖWM 2022 eine Reihe großer Initiativen mit dem Weinhandel: etwa die Kampagne „It's Austrian Wine Time" oder die enge Zusammenarbeit mit der anerkannten Weinhandlung „Flatiron" am Jahresende. Unter dem Motto **„It's Austrian Wine Time"** standen die USA von Mai bis Juni 2022 im Zeichen des österreichischen Weins. Mehr als 100 Händler*innen nahmen landesweit an der Kampagne teil. Die ÖWM stellte den teilnehmenden Betrieben einen digitalen „Werkzeugkoffer" und ein Give-Away-Paket zur Verfügung, mit dem die teilnehmenden Weinhändler*innen österreichische Weine in den Mittelpunkt rücken konnten. Als Belohnung für ihre besonders herausragende Bewerbung lädt die ÖWM drei der Handelsunternehmen 2023 nach Österreich ein.



Das Unternehmen **„Flatiron"** ist ein führender US-amerikanischer Weinhändler mit Standorten in New York City und San Francisco. 2022 bezog Flatiron einen neuen NYC-Flagshipstore, in dem Ende 2022 auch eigene Österreich-Weinverkostungen angeboten wurden. Zudem erhielten die Kund*innen über eine zielgerichtete Multi-Channel-Strategie informative Beiträge zu Wein aus Österreich.

Alle teilnehmenden Betriebe von „It's Austrian Wine Time":
österreichwein.at *„Austrian Wine Time US"*

Kanada

SAQ Inspiration Campaign in Quebec:

21 österreichische Weine im Fokus

370.000 Sichtkontakte

550 % Absatzsteigerung (verglichen mit einem durchschnittlichen Wochenabsatz)

Sommelier Lunch & Learn in Toronto:

6 österreichische Weine

24 Top-Sommeliers und -Sommelières

Veranstaltung mit **9,5/10** Punkten bewertet

Besonders stark nach oben zeigte in den vergangenen Jahren der Exportmarkt Kanada. Um diese Dynamik weiter zu befeuern, setzte die ÖWM 2022 gemeinsam mit der Agentur Sopexa zahlreiche Aktivitäten in Kanada um.

Sehr großes Interesse am österreichischen Wein zeigt die kanadische Provinz **Quebec**. Dieses führte 2022 zu einem guten Austausch zwischen der ÖWM und SAQ, dem regionalen Alkoholmonopol. Daraus entsprangen im Frühjahr gleich zwei Promotions: Im Jänner legte eine gezielte Online-Display-Werbung den SAQ-Kund*innen die Wahl von österreichischem Wein ans Herz. Begleitet wurde dies durch redaktionellen Inhalt im Online-Portal. Im Mai folgte die zweite Kampagne: Ziel dieser „Inspiration Campaign" war es, spannende und informative redaktionelle Inhalte zum österreichischen Wein auf der Website und über Social Media zu vermitteln.

In **Toronto** organisierte die ÖWM im September ebenfalls gemeinsam mit Sopexa ein Mittagessen für Top-Sommeliers und -Sommelières: einen sogenannten „Sommelier Lunch and Learn". Dabei stellte der Master Sommelier und Bacchuspreisträger 2022 John Szabo MS österreichische Weine vor, die im regionalen Alkoholmonopol LCBO erhältlich sind. So konnten die Gäste neue und tiefere Einblicke in die Welt des österreichischen Weins erlangen.

INTERNATIONALE MEDIENKOOPERATIONEN

*Neben Veranstaltungen und Promotions ist die Zusammenarbeit mit Medien einer der Eckpfeiler der Arbeit auf den internationalen Märkten. Über diese reichweitenstarken Multiplikatoren kann die ÖWM Informationen zu österreichischem Wein sowohl an Fachpublikum als auch an weinaffine Konsument*innen vermitteln.*

Bei zahlreichen Magazinen und Online-Medien blickt die ÖWM auf eine langjährige Kooperation und gute Zusammenarbeit zurück. Sie erleichtert die Arbeit der Presse, indem sie qualitätsvollen Inhalt, Bildmaterial und Know-how zur Verfügung stellt. So umfasst die Medienarbeit keineswegs reine Anzeigenschaltungen. Im Rahmen der Medienkooperationen entstehen redaktionelle Seiten, Online- und Newsletter-Beiträge, Weinwettbewerbe und sogar ganze Beilagen zu österreichischem Wein. Aus dem Jahr 2022 sind folgende Kooperationen besonders hervorzuheben.

Kumulierte Auflage*:

62.500

25 **Österreich-Themen**

Inklusive **19-seitigem Österreich-Special** in der Weinwirtschaft

* Weinwirtschaft (7.000)
Sommelier (4.000)
Weinwelt (51.500)

Meininger Verlag

Der Meininger Verlag ist der führende Weinfachverlag Europas. Im Mittelpunkt der Aktivitäten des modern aufgestellten Verlagshauses steht ein breites Portfolio von Fachzeitschriften. Darunter befinden sich die Magazine „Sommelier“, „Weinwelt“, „Weinwirtschaft“ mit der Sonderbeilage „Weinreisen“ und das englischsprachige Online-Magazin „Meiningers Winebusiness International“, das die Expert*innen und Entscheidungsträger*innen der Weinwelt erreicht.

Eine regelmäßige redaktionelle Berichterstattung über Wein aus Österreich im Meininger Verlag ist somit von zentraler Bedeutung für das Weinland Österreich. 2022 waren die führenden Österreich-Themen in den Verlagsmedien Steiermark, Burgenland und Niederösterreich, Wachau DAC, Leithaberg DAC, Kamptal DAC und Kremstal DAC. Zudem ist die ÖWM Partner beim jährlichen Nachwuchssommelier-Wettbewerb, beim „WEINWIRTSCHAFT wine trade summit“ und bei den beiden Sommelier Summits.

Vinum

Mit dem Fachmagazin Vinum hat die ÖWM langjährige Kooperationen in Deutschland und in der Schweiz. Österreich ist im Magazin in zahlreichen Artikeln, Weinverkostungen und Wettbewerben sehr gut vertreten. 2022 entstand zudem wieder ein eigenes, großes Österreich-Dossier, in dem auf 38 Seiten spannende Themen rund um den österreichischen Wein beleuchtet wurden. Fokus-Thema war dabei das Kamptal. Zusätzlich wurden Weine aus den Rebsorten Zweigelt und Chardonnay verkostet, und auch die Weintourismus-Destination Wien wurde im Detail vorgestellt. Erstmals ging auch ein „Best of“-Wettbewerb über die Bühne. Im Fokus stand dabei die Steiermark. Mehr als 350 steirische Weine wurden in neun Kategorien eingereicht und in Zürich von einer Expert*innenjury verkostet. Die Top-3-Platzierungen je Kategorie wurden anschließend im Magazin geehrt.

Kumulierte Auflage*:

41.450

* Deutschschweiz (16.150)
Deutschland/Österreich (25.300)

38 **Seiten Österreich-Special**

16 **Seiten „Best of Steiermark“**

© ÖWM, Meininger Verlag, Vinum

57.075
Stk. verkaufte Auflage Feinschmecker

60.000
Stk. Druckauflage Foodie

Der Feinschmecker & Foodie

Die Magazine Feinschmecker und das junge Speisenmagazin Foodie verstehen Kulinarik als Lebensart zwischen Reisen, Essen und Wein. Genuss steht an oberster Stelle für die Leser*innenschaft der beiden Magazine. Die führenden Themen im Jahr 2022 waren die Steiermark und die Wachau.

141.000
Druckexemplare im deutschsprachigen Raum

2 Millionen Leser*innen im DACH-Raum

Falstaff

Die Magazine des Falstaff Verlags gehören zu den führenden Wein-, Gourmet- und Reisemagazinen im deutschsprachigen Raum. Sie setzen auf kulinarischen Lifestyle und ein hohes ästhetisches Niveau und erreichen damit sowohl Endverbraucher*innen als auch Fachleute aus den Bereichen Wein, Genuss und Lebenslust. Die langjährige Zusammenarbeit der ÖWM mit dem Falstaff Verlag bei den Länderausgaben Österreich, Deutschland, Schweiz und dem seit 2021 neuen internationalen Magazin wurde auch 2022 erfolgreich weitergeführt. So entstanden auch in diesem Jahr zahlreiche Berichte, etwa zu Österreichs besten Rotweinen, zur Rebsorte Zweigelt, zur Genussstadt Wien und zum Weinguide Österreich.

2.900.000
monatliche Online-Besucher*innen

940.000
Leser*innen

Wine Enthusiast

Wine Enthusiast gilt als eines der international erfolgreichsten Wein- und Lifestyle-Magazine. Zwar wurde es in Amerika gegründet, beschränkt sich allerdings nicht auf diesen Markt. Die Themen sind neben Wein und Spirituosen auch Speisen, Reisen und Unterhaltung. Der Fokus liegt jedoch auf Wein und der Bewertung von Weinen. Neben zahlreichen Weinbewertungen erschienen 2022 fünf größere Artikel zu diversen Themen rund um den österreichischen Wein.

Monatlich ca.
30.000
Leser*innen

Drinks Business

Das britische „Drinks Business"-Magazin ist eine monatlich erscheinende und international ausgelegte Fachzeitschrift für Wein, Bier und Spirituosen. Neben dem Printmagazin ist Drinks Business auch in den Sozialen Medien sowie als Ausrichter diverser Fachveranstaltungen und Wettbewerbe aktiv. Wein aus Österreich ist sowohl in der britischen als auch in der asiatischen Ausgabe des Magazins vertreten. 2022 erschienen zahlreiche Artikel über den österreichischen Wein. Die Themen waren die Exporterfolge, Sekt Austria, Zweigelt, Grüner Veltliner, Blaufränkisch sowie Berichte rund um die wichtigen Messen VieVinum und ProWein. Außerdem unterstützt die ÖWM die österreichischen Winzer*innen bei Sammeltransporten zu den verschiedenen „Global Masters Awards".

Weitere spannende Artikel finden Sie in unseren Pressespiegel-Highlights:
österreichwein.at > Presse & Mulitmedia > Pressespiegel 2022

© ÖWM, Feinschmecker, Falstaff, Wine Enthusiast, Drinks Business

ÖSTERREICH WEIN INSTITUT

*Das Österreich Wein Institut (ÖWI) in Korneuburg ist eine hundertprozentige Tochter der ÖWM. Als Spezialist für Weinzubehör zu fairen Preisen richtet sich das ÖWI in erster Linie an österreichische Winzer*innen, Gastronom*innen und Händler*innen. Zudem vertreibt das ÖWI sämtliches Werbe- und Informationsmaterial der ÖWM.*

Österreich Wein Institut

Kontakt: +43 2262 625 46| info@oewi.at | shop.oesterreichwein.at

Martin Reiskopf
Geschäftsstellenleiter/ Prokurist

Simone Rupp
Logistik, Weinanlieferungen, Events

Franz Vock
Bestellannahme, Beratung Gläser-gravuren und Kartonaufdrucke

Marie Pink
Bestellannahme, Kassa Abholmarkt

Margit Prettenhofer
Bestellannahme, Kassa Abholmarkt

Birgit Beer
Kommissionierung Versandaufträge, Kundenberatung, Warenübernahme

Franz Rattig
Kommissionierung Versandaufträge, Kundenberatung, Warenübernahme

Neuer Webshop

2022 setzte das ÖWI gemeinsam mit der ÖWM einen Meilenstein um: Der Webshop shop.oesterreichwein.at wurde runderneuert und bekam ein modernes Gesicht, das in das Corporate Design der ÖWM passt. Über 200 Artikel wurden dafür neu fotografiert und mit ansprechenden Produktbeschreibungen versehen – von Gläsern über Restweinkaraffen bis hin zu Bleistiften. Einzelne Themen wie „Sturm“, „Weihnachtsgeschäft“ oder „Glaskunde“ können auf eigenen Schwerpunktseiten mit passenden Produktvorschlägen präsentiert werden. Eine benutzerfreundliche Navigation mit übersichtlichen Filtern erleichtert das Finden von Artikeln.

Doch nicht nur die Optik der Website, sondern auch der Bestellprozess wurde nach sorgfältiger Evaluation optimiert, um den Kund*innen ein besseres Einkaufserlebnis im Web zu bieten.

100 Glas-Produkte

200 ÖWM Werbemittel

70 Verpackungs-produkte

130 sonstige Produkte

Glas „Österreich Highline“

highline

Die bekannte und beliebte „Österreich“-Glasserie erfuhr 2022 eine Weiterentwicklung. Die neuen „Highline“-Gläser wurden gemeinsam mit Winzer*innen entwickelt und ergänzen nun das Sortiment.

Sie sind die praxistaugliche Alternative zu mundgeblasenen Gläsern – nicht zu dünn, nicht zu leicht. Ideal für den Einsatz in der Gastronomie. Wie bei den anderen „Österreich“-Gläsern ist auch hier Sandstrahlung möglich.

Mittendrin im Messegeschehen

Das ÖWI: immer mittendrin statt nur dabei.

Das ÖWI zeigt stets Präsenz auf den wichtigsten Fachmessen. Nach Corona-bedingten Pausen fand Anfang Mai die Austro Vin Tulln wieder statt; Ende Mai war das ÖWI mit einem Stand auf der VieVinum vertreten.

© ÖWM/Anna Stöcher

WEINAKADEMIE ÖSTERREICH

Die Weinakademie Österreich ist ein fünfzigprozentiges Tochterunternehmen der ÖWM. Mit Tausenden Studierenden aus dem In- und Ausland ist sie die größte Wein-Weiterbildungsstätte in Europa und international hoch angesehen.

Der Weinakademiker-Jahrgang 2022 bei der Graduierung im Schloss Esterhazy

Das Jahr 2022 zeigte nach den beiden Pandemiejahren und nach herausfordernden Wintermonaten ab dem Frühjahr einen fast normalen Seminarbetrieb. Nur in einzelnen Bereichen, wie bei Seminaren an Schulen, gab es im ersten Halbjahr auch noch deutliche Einschränkungen.

2022 markierte 20 Jahre Weinakademiker-Ausbildung mit der Uni Geisenheim in Deutschland.

Der Aufholbedarf und Durst nach Weinwissen war groß, viele Seminare waren bald ausgebucht. Die Weinakademie zählte bei ca. 670 Schulungsveranstaltungen über 13.000 Teilnehmer*innen. Vor allem die englischsprachigen Seminare mit Teilnehmer*innen aus der ganzen Welt waren sehr gut gebucht, ebenso wie die deutschsprachigen Diploma-Seminare in der Schweiz und in Deutschland. Zwölf Stipendien für das Weinakademiker-Diploma vergibt die ÖWM jährlich, um Studierende an der österreichischen Weinakademie zu unterstützen.

>13.000
Teilnehmer*innen

670
Kurse

Mehr Informationen:
weinakademie.at

Neben den Kursen der Weinakademie wurde im März der traditionelle „Master of Wine"-Kurs in Rust unter strengsten Sicherheitsvorkehrungen durchgeführt. Im November fand der bereits 26. Kongress der Wine Educators der Weinakademie im Weinviertel statt. Dieses war auch das Leitthema des Kongresses. Die weiteren spannenden Themen umfassten unter anderem Updates aus dem Burgenland und der Steiermark sowie Wine in Moderation.

26. Kongress der Wine Educators in Retz

Die Weinakademie feierte 2022 gleich zwei Jubiläen auf Schloss Johannisberg in Deutschland: die 20-jährige Kooperation mit der deutschen Universität Geisenheim und auch den 20. Weinakademiker-Jahrgang. Die ÖWM vergab ihre jährlichen Marketingpreise an die besten Abschlussarbeiten in den jeweiligen Kursorten Rust, Geisenheim und Wädenswil. Die Preisträger*innen werden zur nächsten VieVinum eingeladen. Prominente und stolze Absolvent*innen wie Christina Fischer oder die Masters of Wine Caro Maurer und Thomas Curtius präsentierten dabei ihre Jahrgänge von 2003 bis 2022.

© Eva Kelety, © Astrid Bartl

ÖSTERREICH WEIN IN ALLER MUNDE

„For me, fine wine is defined today by its impact, its footprint, its commitment to the environment. And in this respect, Austria is a leader.“

John Szabo Master Sommelier und Bacchuspreisträger 2022, Journalist Wine Align (CA)

„Essen und Wein, Landschaft, Musik – Österreich vereint die schönsten Dinge des Lebens!“

Caro Maurer Master of Wine, Bacchuspreisträgerin 2021 (DE)

„Was man außerhalb Österreichs am österreichischen Wein besonders schätzt, ist seine klare Herkunft, die aus dem Glas spricht.“

Marc Almert ASI Best Sommelier 2019, Sommelier Baur au Lac (CH)

„There's lots of freshness [in Austrian wines] that can go with any type of food or occasion. Which is really appealing to the modern palate!“

Jill Barth Journalistin Forbes Magazine (USA)

„Was Österreich so spannend macht: Obwohl es nicht das größte Weinland der Welt ist, ist es sicher eines der vielfältigsten.“

Harald Scholl Chefredakteur Vinum Magazin (DE)

„Austria is one of the most dynamic wine-producing countries at the moment. Here, new-wave wines are showing particular innovation while traditional styles continue to express quality and longevity. Perfect for the increasingly adventurous Chinese wine lovers!“

Fongyee Walker Master of Wine (CN)

„Österreich hat einige der schönsten Weinreiseziele der Welt.“

Sascha Speicher stellv. Chefredakteur Meiningers Weinwirtschaft (DE)

„Grüner [Veltliner] is still Austria's most important grape as well as its unique contribution to the world of wine. Grüner transcends the character of the terroir and the winemaker's personality.“

Aleks Zecevic Journalist Wine Enthusiast (USA)

© ÖWM, Fongyee Walker MW

ÖSTERREICH WEIN MARKETING GMBH
Prinz-Eugen-Straße 34, 1040 Wien, Österreich
Tel.: +43 1 503 92 67, info@oesterreichwein.at
österreichwein.at, shop.oesterreichwein.at, #austrianwine

ÖSTERREICH WEIN
Große Kunst. *Ohne Allüren.*