



## Jahresbericht 2009



**WEIN  
BURGENLAND**



Das Jahr 2009 stand ganz im Zeichen der Weltwirtschaftskrise. In jeder Branche waren die Auswirkungen dieser spürbar, natürlich auch in der Weinbranche. Rückblickend können wir aber mit Stolz behaupten, dass wir der Krise gemeinsam getrotzt haben. Die Exporterlöse konnten annähernd auf dem Rekordniveau von 2008 gehalten werden. In Deutschland, unserem wichtigsten Exportmarkt, verzeichneten wir sogar, sowohl im Wert als auch in der Menge, eine Steigerung. Auch am Inlandsmarkt erfreut sich der österreichische und mit ihm der burgenländische Wein steigender Beliebtheit. Gemeinsam haben wir dieses schwierige Jahr gemeistert und wir werden auch in der Zukunft erfolgreich sein, wenn wir weiterhin an einem gemeinsamen Strang ziehen.

### **2 neue DAC-Gebiete**

Eine erfreuliche Botschaft kann man aus weinbaupolitischer Sicht verkünden: Die burgenländische DAC-Familie ist weiter gewachsen. Die ersten Leithaberg DAC Weine werden am 1. September 2010 auf den Markt kommen. Erstmals wird dabei ein Gebiet einen weißen und einen roten „Wein spezifischer Herkunft“ auf den Markt bringen. Leithaberg DAC weiß kann aus den Sorten Grüner Veltliner, Weißburgunder, Chardonnay und/oder Neuburger vinifiziert werden und der rote Leithaberg DAC muss aus der Rebsorte Blaufränkisch bereitet werden.

Im Südburgenland werden aller Voraussicht nach – der Verordnungsentwurf liegt beim Minister - in Zukunft ebenfalls DAC-Weine produziert werden. Ein Eisenberg DAC ist als ein 100%iger Blaufränkisch aus dem Süden unseres Bundeslandes definiert.

### **Weinbauliche Struktur im Burgenland**

Viele werden sich nun die Frage stellen, wie es in punkto Struktur im Burgenland weitergehen wird, ob und wie viele DAC-Gebiete in unserem Bundesland noch definiert werden sollen. Aktuell befinden wir uns mitten in einem Entwicklungsprozess und man kann nachvollziehen, wenn viele Weinliebhaber und Winzer behaupten, dass unser System kompliziert ist. Wenn dieser Prozess allerdings abgeschlossen ist, wird die Kommunikation bei weitem erleichtert werden.

Unser Ziel ist es, unter der gut positionierten Dachmarke „Burgenland“ 4 bis 5 regionale Gebiete mit geschützter Herkunft zu definieren. Wenn im Burgenland flächendeckend solche Gebiete definiert wurden, könnten unsere bisherigen Weinbaugebiete abgeschafft werden. Dann hätten wir ein Weinbaugebiet „Burgenland“ und in diesem Weinbaugebiet gibt es 4 bis 5 Gebiete in denen ein spezifischer Weintyp häufiger vorkommt.

Somit ist und bleibt unser wichtigster Begriff „Burgenland“, den wir für unsere gesamte Weinvielfalt verwenden können. Die burgenländischen DAC-Weine geben neben einer detaillierteren Angabe der Herkunft (z.B.: Burgenland – Eisenberg) auch Auskunft über ein gewisses Geschmacksprofil und somit dem Konsumenten eine Zusatzinformation.

Herzlichst,

Andreas Liegenfeld & Christian Zechmeister

## ***Information zur Wein Burgenland***

Die Tätigkeiten des Vereins Wein Burgenland umfassen insbesondere:

1. Durchführung operativer Maßnahmen zur Steigerung der Wertschöpfung des Weines wie: Einsatz von Werbemitteln aller Art; Teilnahme an Messen und Ausstellungen; Durchführung eigener Veranstaltungen.
2. Aufbau von Kooperationen und Nutzung von Synergien im Interesse des Burgenländischen Weines.
3. Marktforschung und Durchführung von Marketingmaßnahmen in Zusammenarbeit mit der Österreichischen Weinmarketing-servicegesellschaft. Diese Marketingmaßnahmen müssen im Einklang mit dem Gesamtauftritt des österreichischen Weines stehen.

Ziele des Vereines sind den Bekanntheitsgrad burgenländischer Weine sowohl im Inland als auch im Ausland zu heben und den Absatz zu fördern, die Bündelung aller Aktivitäten rund um den burgenländischen Wein und die Entwicklung neuer Potentiale und Produkte.

Seit dem September 2007 ist Andreas Liegenfeld aus Donnerskirchen der Obmann der Wein Burgenland. Seine beiden Stellvertreter sind der Andauer Erich Scheiblhofer und Alfred Fischer aus Stöttera. Verantwortlich für die strategische Planung sowie den operativen Ablauf ist Geschäftsführer Christian Zechmeister aus Eisenstadt. Auch er ist seit dem Jahre 2007 in dieser Position für die Wein Burgenland tätig.



von links nach rechts: Obmann Stellvertreter Alfred Fischer, GF Christian Zechmeister, Landwirtschaftsminister Niki Berlakovich, Obmann Andreas Liegenfeld, Obmann Stellvertreter Erich Scheiblhofer

## ***Information zum Regionalen Komitee Burgenland***

Tätigkeiten des Regionalen Komitees umfassen insbesondere:

1. Verbesserung der Kenntnisse und Transparenz bezüglich Erzeugung und Vermarktung der Qualitätsweine mit dem Ziel der besseren Koordinierung des Absatzes.
2. Marktforschung und Durchführung von Marketingmaßnahmen in Zusammenarbeit mit der Österreich Wein Marketing GmbH. Diese Marketingmaßnahmen müssen im Einklang mit dem Gesamtauftritt des Österreichischen Weines stehen.
3. Entwicklung von Verfahren und Technologien zur Verbesserung der Produktqualität.
4. Ausarbeitung von Standardverträgen wie z.B. Lieferverträgen oder Bewirtschaftungsverträgen.
5. Definition von Bedingungen für die Produktion und die Vermarktung von regionaltypischem Qualitätswein mit Herkunftsprofil.
6. Behandlung sämtlicher weinwirtschaftsrelevanter Themen des regionalen Wirkungsbereiches.

Obmann des Regionalen Weinkomitees Burgenland, welches aus Vertretern der Weinbauern, des Handels und der Politik besteht, ist Andreas Liegenfeld, sein Stellvertreter Erich Scheiblhofer.

## ***Aktivitäten der Wein Burgenland und des Regionalen Weinkomitees Burgenland 2009***

Schwerpunkte bei den Aktivitäten der Wein Burgenland im Jahr 2009 waren die Medienarbeit und PR-Aktivitäten, die Produktion diverser Werbemittel, Kooperationen mit der ÖWM, dem LEH, der WKÖ, der LWK, der Österreich Werbung und dem Burgenland Tourismus, die Aromaforschung in Graz und die Organisation und Durchführung diverser Veranstaltungen im In- und Ausland.

Auch der Auftritt der Wein Burgenland hat sich im Jahre 2009 ein wenig verändert. Gleich zu Beginn des Jahres wurde die neue Homepage gelauncht. Neben aktuellen Informationen über die heimischen Winzer, den Weinjahrgang oder vinophile Veranstaltungen rund um den burgenländischen Wein haben Weininteressierte auch die Möglichkeit sich für den Wein Burgenland Newsletter anzumelden. Somit erhalten diese Weinliebhaber vierteljährlich Informationen und Veranstaltungstipps.

Weiters wurden im Burgenland 2009 zahlreiche Diskussionen über Herkunftsmarketing, DAC-Gebiete sowie sonstige Vermarktungsstrukturen im Rahmen diverser Sitzungen des Regionalen Weinkomitees oder mit den Winzern direkt vor Ort in den Weinbaugebieten geführt. Erfreulich war dabei die Schaffung zweier DAC-Gebiete: Leithaberg und Eisenberg. Ziel ist es, ein gemeinsames Auftreten des Burgenlandes in allen Bereichen zu erreichen und speziell bei der etwaigen Entstehung neuer DAC-Gebiete nach dem „Bottom-Up-Ansatz“ zu treffen.

## **Die wichtigsten Events & Veranstaltungen im Inland**

### **Jahrespräsentationen in Linz und Wien**

*Burgenländischer Wein begeistert Wiener und Linzer Publikum*



Ende Februar 2009 präsentierte das Burgenland zum dritten Mal seine gesamte Weinvielfalt im Design Center in Linz. Am 9. März 2009 war das MQ in Wien Schauplatz der großen Burgenlandpräsentation. Insgesamt besuchten mehr als 2500 Weininteressierte diese beiden Veranstaltungen. Die Weine des Burgenlandes hinterließen einen bleibenden Eindruck bei den Weinkennern, die diesen Tag genossen und von der Qualität und der Vielfalt der Burgenländischen Weine begeistert waren.

### **Weinviertel DAC meets Mittelburgenland DAC**

*Präsentationen in Salzburg und Götzis*

Unter dem Motto „Weinviertel DAC meets Mittelburgenland DAC“ fanden im Jahre 2009 jeweils eine Präsentation in Salzburg und in Götzis statt. Neben der Weinqualität waren die Weinliebhaber vor allem vom gemeinsamen Auftritt und der Gastfreundlichkeit der Winzer aus den beiden Gebieten beeindruckt. Beide Veranstaltungen waren überaus gut besucht und sollen daher auch im Jahre 2010 wiederholt werden.

## Burgenländisches Prädikatsweinform 2009

*Die Selektion der besten Süßweine des Burgenlandes*



Im Jahr 2009 präsentierte sich das Prädikatsweinform in neuem Gewand. Einerseits wurde mit dem Pannoneum ein neuer, verlässlicher Partner ins Boot geholt. Andererseits wurden auch die Gestaltung der Broschüre und die Präsentation der Sieger geändert. Diese fand am 28. Oktober 2009 erstmals im Burgenland statt. Das Team des Pannoneums verwöhnte dabei die Gäste mit einem 7-gängigen Süßwein-Degustationsmenü.

## 2 Seen & 1 Genuss

*Das Burgenland zu Gast in unserem westlichsten Bundesland*

Vom 17. bis 19. Oktober präsentierten sich die Region Neusiedler See und die Bodenseeregion gemeinsam im Bregenzer Festspielhaus und zeigten, was sie an kulinarischen, kulturellen, vinophilen und touristischen Leckerbissen zu bieten haben. Insgesamt 8.000 Besucher informierten sich an 3 Messetagen über das vielfältige Angebot rund um den Neusiedler See und den Bodensee oder besuchten eine der zahlreichen Veranstaltungen im Rahmenprogramm der Messe.



Besonders Freunde kulinarischer und vinophiler Genüsse kamen auf ihre Kosten. 110 Aussteller vom Neusiedler See, dem Bodensee, aus der Schweiz, Liechtenstein und aus Süddeutschland, darunter 40 Winzer, offerierten den Besuchern exquisite Gaumenfreuden. Zum Entspannen zwischendurch wartete ein Neusiedler See Heuriger mit pannonischen Spezialitäten und edlen burgenländischen Weinen auf die Messebesucher.

## Kooperationen

### Österreich Wein Marketing GmbH.

Alle Aktivitäten der Wein Burgenland müssen dem Gesamtauftritt des Österreichischen Weins entsprechen. Somit ist es natürlich naheliegend, dass die Österreich Wein Marketing GmbH. (ÖWM) und die Wein Burgenland eng zusammen arbeiten. Die Kooperation mit der ÖWM reicht über Medienkooperationen, gegenseitige Unterstützung bei diversen Veranstaltungen (Weingipfel, Tastings,...), Produktion von Werbemedien bis hin zu PR-Aktivitäten.

### Tourismus

Die Zusammenarbeit mit dem Burgenland Tourismus und dem Neusiedlersee Tourismus wurde im Jahr 2009 weiter intensiviert. Neben gemeinsamen Veranstaltungen (Burgenlandpräsentation in Bratislava, 2 Seen & 1 Genuss) sowie gemeinsamen Produktionen (Vinaria Burgenland Special) haben sich die Verbände untereinander bei diversen Aktivitäten unterstützt.

## Medienkooperationen

Die Wein Burgenland hält mit diversen Medien im In- und Ausland engen Kontakt, organisiert Pressekonferenzen und verfasst Pressemitteilungen. Zudem gibt es in Zusammenarbeit mit der Österreich Wein Marketing GmbH. Jahreskooperationen mit einer Vielzahl an Medien.



Mit den Fachmagazinen werden alljährlich diverse gemeinsame Projekte realisiert. So wurden im Jahr 2009 unter anderem ein Burgenland Special der VINARIA (gemeinsam mit dem Burgenland Tourismus) produziert, das Falstaff-Magazin bei der Burgundertrophy unterstützt sowie das Roséstasting mit Wein.pur organisiert. Im Jahr 2008 wurde das Rotwein Special mit A La Carte produziert.

## Österreichischer Sommelierverband



das Weinwissen über diese beiden Gebiete wurde ebenfalls vergeben. Somit mussten die Teilnehmer auch ihr Wissen um den Burgenländischen und Weinviertler Wein im Detail unter Beweis stellen.

## Pressereisen

Gemeinsam mit der Weinakademie Österreich wurde den Master of Wine Studenten, die alljährlich ein Seminar im Burgenland besuchen, die Vielfalt der burgenländischen Weine vorgestellt. Highlight war mit Sicherheit die Rotweinpräsentation im Schloss Esterhazy sowie das anschließende Galadinner.

Alle 2 Jahre findet in Österreich der Weingipfel (organisiert von ÖWM) statt. Dabei handelt es sich um eine der größten Händler- und Journalistenreisen ins Weinland Österreich. Das Burgenland spielte im Jahr 2009 dabei eine wichtige Rolle. Neben 33 deutschsprachigen Journalisten und Händler, die im April vor allem das Burgenland besuchten, hatten im Juni 120 internationale Journalisten die Möglichkeit aus drei Reisen zu wählen. Die Wein Burgenland hat dabei aktiv das burgenländische Programm mitgestaltet.



Neben den bereits erwähnten beiden Reisen hat die Wein Burgenland noch zahlreiche Reisen für diverse internationale Journalisten und Händler organisiert. Die größte war mit Sicherheit jene im Rahmen des Süßweinpools – rund 25 Händler informierten sich hauptsächlich über die Süßweine des Burgenlandes.

## Die wichtigsten Events im Ausland

Auch im Ausland wurden natürlich zahlreiche Marketingaktivitäten gesetzt. Neben Medienkooperationen, Werbeeinschaltungen, Organisation von Pressereisen und diversen PR-Aktivitäten waren vor allem die Präsentationen in Bratislava, Zürich, New York, Barcelona und Italien wichtige Eckpunkte.

### Bratislava



Für einen kräftigen Paukenschlag sorgten Wein Burgenland und Burgenland Tourismus in Bratislava: Erstmals präsentierte sich die heimische Weinwirtschaft gemeinsam mit touristischen Partnern in großem Stil in der Slowakei. Mehr als 80 Winzer aus dem Burgenland und führende touristische Anbieter sorgten am Freitag, 24. April, im fashionablen Rahmen des Radisson SAS-Hotels für gewaltiges Publikumsinteresse.

### Süßweinpools

Spanien und Italien sind 2 der größten Weinländer Europas, die Menschen sind sehr vinophil eingestellt. Für das Burgenland stellen diese beiden Märkte Nischenmärkte dar – speziell für den Süßwein sind sie interessant. Daher werden seit einigen Jahren speziell Aktivitäten in diesem Bereich auf diesen beiden Märkten gesetzt. In Italien waren dies die Teilnahme an der VinItaly, die Organisation einer Pressereise, Tastings in Mailand sowie zahlreiche Medienkooperationen. In Spanien wurden einige geführte Degustationen vor allem in Barcelona organisiert.

### USA-Aktivitäten

Die im Jahr 2008 begonnene erfolgreiche Zusammenarbeit von Wein Burgenland mit der Österreich Werbung, der Österreich Wein Marketing GmbH, dem Wien Tourismus und den Austrian Airlines wird auch in diesem Jahr fortgesetzt. Ziel ist es, den Bekanntheitsgrad heimischer Weine zu erhöhen und Österreich als dynamisches und authentisches Weinreiseziel bei der US-Reiseindustrie und bei US-Weinliebhabern zu etablieren.

Über das ganze Jahr verteilt wurden gezielte Marketingmaßnahmen am US-Markt gesetzt, wobei der größte Teil der Aktivitäten an der Ostküste der USA gesetzt wurde. Neben diversen Medieneinschaltungen, wurde auch eine Pressereise ins Burgenland organisiert. Ein Höhepunkt der Aktivitäten war mit Sicherheit die Gastropromotion in New York, die den ganzen Oktober andauerte. Zahlreiche Restaurants boten dabei ihren Gästen verstärkt österreichische Weine an. Den Abschluss bildeten 2 Präsentationen in New York.



Bei einem Degustationsdinner im Green Room in New York am 22. November wurde einem ausgewählten Publikum der heimische Wein nähergebracht. Der Reisejournalist und Schriftsteller Fred Plotkin, der dabei in den höchsten Tönen vom Burgenland schwärmte, sowie der Tiroler Aldo Sohm, Best Sommelier in the World 2008, führten durch den Abend. Am darauffolgenden Tag fand im mit einem Michelin-Star ausgezeichneten Restaurant Seasonal, das von den Österreichern Wolfgang Ban und Eduard Fraueneder geführt wird, das abschließende „Burgenland-Dinner“ statt.

### Präsentation in Zürich

Die Schweiz ist einer unserer wichtigsten Exportmärkte. Aus diesem Grund hat die Wein Burgenland diesen Markt als einen „Schwerpunktmarkt“ definiert und wird daher in Zukunft verstärkt auf diesem auftreten. Im Jahr 2009 wurde neben der PR-Arbeit und diversen Werbeeinschaltungen auch eine Burgenlandpräsentation in Zürich organisiert. Die Schweizer Agentur Kontext war Partner bei der in der Wirtschaft Neumarkt organisierten Veranstaltung. Darüber hinaus war das abschließende Burgenland-Dinner komplett ausgebucht!

## Ausblick auf 2010

Auch im Jahr 2010 wird die Wein Burgenland zahlreiche Veranstaltungen selbst oder in Kooperation mit anderen Organisationen durchführen.

Im **Inland** sind dies (Stand Jänner 2010)

- Präsentation mit den Masters of Wine
- Burgenlandpräsentationen in Wien & Linz
- Mittelburgenland DAC meets Weinviertel DAC in Salzburg und Vorarlberg
- 2 Seen & 1 Genuss
- Burgenländisches Prädikatsweinform

Darüber hinaus sollen ein Rosé & Sommerwein Tasting in Zusammenarbeit mit dem Genussmagazin, das Burgenländische Prädikatsweinform, die Burgundertrophy in Kooperation mit dem Falstaffmagazin organisiert und durchgeführt werden. Die Sonderproduktion Vinaria Burgenland Special soll zudem ins Englische übersetzt werden. Weitere Schwerpunkte der Marketingaktivitäten 2010 sind die Medienarbeit, Produktion diverser Werbemittel (Imagefolder, Roll-ups...) und Kooperationen mit der Österreich Wein Marketing GmbH., dem LEH, dem Burgenland Tourismus und dem Neusiedlersee Tourismus.

Im **Ausland** sind dies (Stand Jänner 2010)

- Präsentation im Rahmen der Grünen Woche in Berlin
- Präsentation in Bratislava
- Präsentation in St. Moritz
- Teilnahme an der Vinoble in Jerez
- Präsentation im Rahmen des Meraner Weinfestivals
- USA-Aktivitäten

## Kontakt Daten

Wein Burgenland  
Esterhazystraße 15  
7000 Eisenstadt  
Telefon: +43/2682/702 631  
Fax: +43/2682/702 411  
Email: [wein@weinburgenland.at](mailto:wein@weinburgenland.at)  
[www.weinburgenland.at](http://www.weinburgenland.at)



**Obmann: Andreas Liegenfeld**



**Geschäftsführer: Christian Zechmeister**



**Büro: Andrea Weinberger**

Bedanken möchten wir uns auch bei allen, die uns im Jahr 2009 unterstützt haben:

ÖSTERREICH WEIN 



Dieses Projekt wird von Bund und Land Burgenland kofinanziert.

