

2024

WEINKULTUR ERHALTEN.
WEINKULTUR GESTALTEN.



Jahresbericht 2024
Österreich Wein Marketing GmbH

ÖSTERREICH WEIN 
Große Kunst. Ohne Allüren.

INHALT

Österreich Wein Marketing

Ziele & Strategie der ÖWM	4
Finanzierung & Budget 2024	4
Team	5
ÖWM Leistungsüberblick	6
Kommunikationsstrategie	8
Kommunikation: Fokusthema umweltbewusster Weinbau	10
Neue Herausforderungen – rasche Reaktionen	11

Österreich

Überblick	12
SALON Österreich Wein 2024	14
Riedenkarten.at – Der Stein unter dem Wein	14
Gastro-Kampagne „Österreich Wein lädt ein“	15
Weitere Aktivitäten in Österreich	16
Entwicklung Heimmärkte	18

VieVinum 2024

VieVinum 2024 – Rekordandrang der Weinwelt in Wien	20
--	----

Exportentwicklung

Überblick	24
Entwicklung in Haupt- und Potenzialmärkten	25

Exportmärkte

Überblick	26
Die sechs Stufen zum Erfolg	28
Stufe 1 Masterclasses Seminare	28
Stufe 2 Fachreisen nach Österreich	29
Stufe 3 Messen	30
Stufe 4 Zielgruppenspezifische Formate Dritter	31
Stufe 5 Spezialformate	32
Stufe 6 Handelspromotions	33
Internationale Medienkooperationen	34

Marketing der Weinbaugebiete

Marketing der Weinbaugebiete	36
------------------------------------	----

Österreich Wein Institut & Weinakademie Österreich

Österreich Wein Institut	38
Weinakademie Österreich	39



VORWORT

Mit 2024 liegt ein weiteres herausforderndes Jahr hinter uns, das aber auch Lichtblicke mit sich brachte. Die aktuell schwierige Gesamtlage hemmte sowohl auf dem Heimmarkt als auch im Export die Nachfrage nach Wein, wobei differenziert werden muss – mehr dazu später. Um den Verkauf von österreichischem Wein zu stimulieren, haben wir im vergangenen Jahr in 59 Ländern Maßnahmen für Fachleute und Konsument*innen gesetzt. Parallel dazu haben sich letztes Jahr immer deutlicher einige marktspezifische Entwicklungen abgezeichnet, die unsere rasche Reaktion erforderten (sh. S. 11).

Heimmarkt: Handel und Gastro im Fokus

Auf dem Heimmarkt schlug sich die generell getrübte Konsumlaune 2024 auch auf den Wein nieder. Bei Redaktionsschluss zeigten die letzten Zahlen, dass zwischen Oktober 2023 und September 2024 im Lebensmitteleinzelhandel um 2,6 % weniger Wein verkauft wurde als im Jahr zuvor; der Umsatz fiel um 0,9 %. Die Verluste betrafen in erster Linie ausländische Weine (-5,8 % Absatz, -2,3 % Umsatz), Österreichs Weine blieben fast stabil (-1,0 % bzw. -0,5 %).

Um den Verkauf österreichischer Weine im Handel zu forcieren, haben wir 2024 weiter intensiv mit den wichtigsten Handelsunternehmen Österreichs zusammengearbeitet. Durch die Kooperationen werden sie motiviert, österreichische Weine ins Sortiment aufzunehmen und verstärkt zu bewerben. Insgesamt profitierten 2024 mehr als 1.000 österreichische Weingüter von den Handelskooperationen.

Speziell schwierig ist die Situation immer noch für die heimische Gastronomie, insbesondere die klassisch-gutbürgerliche – also dort, wo traditionell viel Wein verkauft wird. Obwohl der Weinverkauf in der Gastro nach Corona wieder zunahm, ist er immer noch nicht auf dem Niveau von 2019. Daher starteten wir vergangenen August die große Kampagne „Österreich Wein lädt ein“, die den Konsum österreichischer Weine in der heimischen Gastronomie einen Monat lang ankurbelte (sh. S. 15).

Export: ein Knick und viele Chancen

Auf die hohen Marktanteile, die der heimische Wein im Inland hat, können wir sehr stolz sein – andere Länder beneiden uns darum. Sie bedeuten aber auch, dass unser größtes Wachstum-

spotenzial nicht „zu Hause“ liegt, sondern im Export. Nach einem außergewöhnlich hohen Zuwachs 2023 durch einmalige Flaschenverkäufe nach Deutschland wird sich der Exportwert 2024 wieder etwas einpendeln – aber wohl dennoch über 2022 liegen.

Dass die Exporte mittelfristig weiterwachsen werden, darauf lassen mehrere Faktoren schließen: zum einen Potenzialmärkte wie Kanada oder die Nordics (Norwegen, Schweden, Dänemark und Finnland), die mit ihrem kräftigen Wachstum andere, schwächelnde Exportmärkte auffangen. Zum anderen aber auch Impulse wie die letztjährige VieVinum, die alle Rekorde brach: Nie zuvor konnten wir so viele Top-Geschäftsleute aus aller Welt zur Messe bringen – insgesamt über 1.200. Sie waren durch die Bank begeistert von unseren Weinen (sh. S. 20).

Stärken nützen, Schwächen beseitigen

Um die Erfolgsgeschichte des österreichischen Weins fortzuschreiben, müssen wir in den kommenden Jahren noch intensiver daran arbeiten, Stärken und Chancen zu nützen und Schwächen und Risiken zu beseitigen. Das Image des österreichischen Weins ist durch seine exzellente Qualität sehr hoch – darauf gilt es aufzubauen. Mit frischen, trinkfreudigen und umweltbewusst produzierten Weinen können wir nicht nur neue Märkte erschließen, sondern auch jüngere Konsument*innen zwischen 20 und 35 Jahren erreichen, denen wir im Dschungel des Getränke-Überangebots den Weg zum Kulturgut Wein zeigen müssen.

In den kommenden Jahren müssen wir noch intensiver daran arbeiten, Stärken zu nützen und Schwächen zu beseitigen.

Um diesen Weg zu erleichtern, werden wir auch unser komplexes Herkunftssystem nach Vereinfachungsmöglichkeiten abtasten müssen; Herkunftsschutz soll in erster Linie Orientierung und Sicherheit geben. Ein weiterer großer Hebel kann der Weintourismus sein: Ich kenne kaum ein Weinland, das dafür besser geeignet wäre als Österreich – denn im Handumdrehen ist man von Wien aus dort, wo unsere herrlichen Weine entstehen.

Viel Arbeit liegt hinter uns, noch mehr liegt vor uns. Gemeinsam mit euch, liebe Winzerinnen und Winzer, werden mein Team und ich auch 2025 daran arbeiten, Österreichs Weinkultur zu erhalten – und für die Zukunft zu gestalten.

Chris Yorke
Geschäftsführer ÖWM

Impressum

Herausgeber/Medieninhaber
ÖSTERREICH WEIN MARKETING GMBH
Prinz-Eugen-Straße 34 | 1040 Wien
info@oesterreichwein.at | oesterreichwein.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 35 Jahren deren strategische Bemühungen um Qualität und Verkauf.

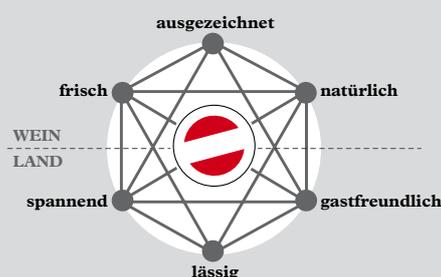
Ziele & Strategie der ÖWM

Langfristiges Ziel der ÖWM ist es, das Weinland Österreich als hochwertiges, umweltbewusstes, traditionsreiches und gleichzeitig modernes Weinland zu positionieren und das Zusammenwirken von Winzer*innen, Gebieten, Entscheidungsträger*innen in der Weinwirtschaft und der ÖWM zu verstärken. Herausfordernde externe Faktoren am Welt-Weinmarkt, gepaart mit den Konsequenzen der höchsten Teuerung seit Jahrzehnten in Österreich, machten eine Fokussierung auf dieses Hauptziel 2024 notwendiger denn je (sh. S. 11). Im Inland liegt die Herausforderung darin, die Marktanteile von Wein aus Österreich auf hohem Niveau zu halten, im Außenhandel strebt die ÖWM mittelfristig einen Exportwert von 250 Mio. Euro an. Die Funktion der ÖWM, Serviceorganisation für alle Winzer*innen und Partner*innen zu sein, ist der ÖWM weiter ein Anliegen.

Die Strategie zur Umsetzung dieser Ziele stellte für das Jahr 2024 – neben einem ausgewogenen Marketing-Mix über alle Zielgruppen, Kanäle und Märkte hinweg – die VieVinum ins Zentrum. Durch akribische Vorbereitung und genaueste Identifikation von relevanten Kontakten in den Hauptexportmärkten konnte die ÖWM die Anzahl an Fachgästen auf ein Rekordniveau steigern (sh. S. 20ff). Die ÖWM hob auch die strategische Nachbearbeitung und Unterstützung von verkaufsfördernden Maßnahmen der VieVinum-Gäste in ihren Heimatländern auf ein neues Level.

Die Kommunikationsstrategie über alle Aktivitäten hinweg zielt darauf ab, für jeden Markt und jede Zielgruppe relevante und professionell erstellte Inhalte zu Markenwerten, Wissens- und Trendthemen in Text, Bild und Video aufzubereiten. Diese Inhalte verbreitet die ÖWM weltweit über passende Kommunikationskanäle sowie Multiplikatoren*innen (sh. S. 8f). Neben der Vermittlung der Markenkernwerte stand 2024 Umweltbewusstsein im österreichischen Weinbau im Fokus (sh. S. 10). Die Kooperation mit „Wine in Moderation“ setzte die ÖWM weiterhin in all ihren Aktivitäten fort.

Neben dem Grünen Veltliner als Hauptbotschafter Österreichs bewirbt die ÖWM auf Basis einer starken Herkunftsstrategie alle anderen wichtigen Sorten und Stile, von klassischen Weißweinen bis hin zu Rot-, Süß- und Schaumweinen sowie alternative Weinstile.



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.

Finanzierung 2024

Die Einnahmen der ÖWM beliefen sich im Jahr 2024 auf ca. 10 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. Den Förderkriterien entsprechende Maßnahmen können mit EU-Mitteln zu 50 % kofinanziert werden.

Finanzierung 2024 (in Tsd. €)

vorläufige Zahlen: Stand 03.12.2024

Beiträge der Weinwirtschaft	4.600
Zuschüsse Länder	4.164
EU-Förderungen	1.090
Gesamtsumme	9.854

Budget 2024

An Budgetmitteln standen der ÖWM 2024 unter Berücksichtigung von Rücklagen und Liquiditätsreserven rund 11 Mio. Euro zur Verfügung, die wie folgt ausgegeben wurden:

Budget 2024 (in Tsd. €)

Planung: Stand 03.12.2024

Werbung für Wein aus Österreich	
Kommunikation	1.920
Österreich	2.985
Märkte International	2.598
Werbung für Weinbaugebiete (inkl. Restmittel)	2.485
Administration (nach Gemeinkostenumlage)	880
So. Administration (AMA-Einhebungskosten)	140
Investitionen	54
Gesamtsumme	11.062

Das Budget „Werbung für Wein aus Österreich“ wurde laut Marketingplan für Maßnahmen im In- und Ausland ausgegeben, die in 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. 36f).

Geschäftsführung & Team



Chris Yorke, BSc
Geschäftsführung



Mag. Simone Heidinger
Assistenz der Geschäftsführung

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



Karina Juranitsch
Projekte



Viktor Kattinger
Gastronomie & Handel



Lisa Liegl
Medienmanagement



Michaela Neuenhaus, BA
Office Management



Daniel Schäfer, BSc
Events & Winzer*innen-Service

Märkte International Europa | Amerika | Asia-Pacific

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



Patrick Eppacher, BA
Leitung



Oliver Chramosta, BA
Teamleitung
USA | Kanada | Skandinavien



Anika Satzinger, BA
Teamleitung
UK | CH | BeNeLux | CEE



Christina Lachner, MA
Markt-Spezialistin
Deutschland



Dominik Braun, BA
Asia-Pacific



Daniela Czar, MA
Deutschland



Katharina Hammer, BA
USA | Kanada



Luise Kopeszki, BA
CH | Skandinavien



Brigitta Virág, BA
UK | BeNeLux | CEE

Kommunikation

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

Team Digital Media



Mag. (FH) Sabine Bauer-Wolf
Leitung



Christoph Schmied, BA
Teamleitung



Mag. Elisabeth Léna-Oberrisser, MA
Product Owner
CRM



Lisa Winkler, BA
Online Marketing & Social Media

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 | Human Resources | Rechnungen
Kontakt: +43 1 503 92 67-20 | organisation@oesterreichwein.at



Mag. Marion Huber
Leitung
(Jobsharing)



Mag. Barbara Prinz
Leitung
(Jobsharing)



Mag. Christiane Edegger
Administration & Förderwesen



Sabrina Langmann
Projekte & HR



Katharina Pachner-Pumberger
LL.M.(WU)
Juristin



Daniela Pilwachs
Rechnungswesen



Johanna Raidl
HR-Assistenz

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



Traubenproduzent*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.

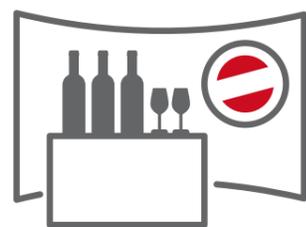
2020 erstellte die ÖWM für jede Winzer*innen-Zielgruppe eine detaillierte Bedürfnisanalyse, um die Relevanz und Treffsicherheit ihrer Aktivitäten und Services zu erhöhen. Die laufende Evaluierung der Bedürfnisse ist sehr wichtig, daher führte die ÖWM 2023 eine große Winzer*innen-Umfrage zu ihren Service-Leistungen durch. Jährlich wird die strategische Marketingplanung innerhalb der unten dargestellten Kernleistungsbereiche auf diesem Fundament errichtet.

Die Leistungsbereiche 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 Fokusbereichen) als auch quantitativ (z. B. Anzahl präsentierter Weine, Durchschnittspreise, Marktanteile).



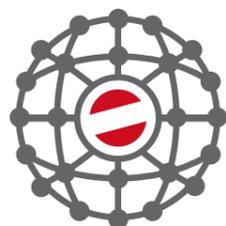
ÖWM IST VERANSTALTER

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

Beispiele

2024 präsentierte die ÖWM in Österreich und weltweit:

6.122
Weine von
980
Winzer*innen
und organisierte
148
Veranstaltungen



ÖWM IST NETZWERKER

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



In China vernetzten sich Fachpersonen bei Verkostungswettbewerben in zehn Städten



„After Work“-Austausch zwischen Winzer*innen und Gastronom*innen nach einer Netzwerk-Tour durch New Yorker Lokale



ÖWM IST WERBER

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

Beispiele



Umfangreiches ÖWM Werbematerial



„Spucki“ – beliebtes Accessoire bei Fachpublikum mit hohem Wiedererkennungsfaktor



ÖWM IST WISSENSVERMITTLER

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

Beispiele



Fachpublikum bildet sich beim Österreich Wein Casino in Köln spielerisch fort

698.381
Website-Zugriffe auf
Wissensthemen in
3 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

© ÖWM / Peggy Liu, © ÖWM / Constance Chamberlain

© ÖWM / Anna Stöckers, © ÖWM / Chris Krebs, © ÖWM / Dieter Jacobi, © ÖWM, © ÖWM / Robert Herbst

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 Sommelieren 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 Partner*innen der Weinbranche als effiziente Multiplikator*innen 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 Sommelier 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

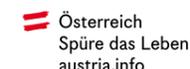


Handel



Presse

Interessensvertretungen



Bildungseinrichtung

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 2024 Tausenden Personen weltweit Wissen vermitteln und Lust auf österreichischen Wein machen. Besonders bei den Follower*innen auf Social Media konnte die ÖWM einen Zuwachs verzeichnen. Die Zahl der Website-Sitzungen stieg ebenso.



E-Mail-Newsletter:
17.856
Abonent*innen
weltweit



ÖWM Website
österreichwein.at
607.755 Sitzungen
weltweit*



Digital Wine Hub
12 Aufnahmen
3,5 Stunden Video-
material



Facebook @oesterreichwein | @austrianwine
48.922 Follower*innen weltweit (+5,0 %)



Instagram @austrianwine | @austrianwineusa
37.532 Follower*innen weltweit (+16,6 %)

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



KONSUMENT*INNEN

WEINGÜTER

Die heimischen Winzer*innen zählen zu den wichtigsten Stakeholder*innen der ÖWM. Durch die vielfältigen Kontakte mit Händler*innen, Sommeliers und Sommelieren 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

KOMMUNIKATION: FOKUSTHEMA UMWELTBEWUSSTER WEINBAU

Österreich wird von internationalen Expert*innen als naturverbundenes Weinbaugebiet wahrgenommen. Die ÖWM stärkt diese Positionierung durch eine eigene Imagekampagne. Neu entstandene Videos vermitteln zudem Wissen durch Einblicke in die alltägliche, gelebte Praxis von Weingütern.

Winzer*innen über die Schulter geschaut



Um das Engagement der österreichischen Winzer*innen hervorzuheben, besuchte die ÖWM seit 2023 fast 30 Betriebe, die in kurzen Videos und Fotostrecken ihre umweltbewussten Maßnahmen vorstellen. Diese Beiträge werden in Deutsch und Englisch auf der ÖWM Website, auf Social Media und auf Veranstaltungen eingesetzt. Für Konsument*innen wird dadurch der umweltbewusste Weinbau in der Praxis spürbar.

Aufmerksamkeitsstarke Werbemittel

Zusätzlich startete die ÖWM 2024 eine Imagekampagne mit fünf „Protagonisten“ des umweltbewussten Weinbaus in Österreich, die stellvertretend für unterschiedliche Aspekte stehen. Anzeigensujets, ein Kurzvideo, eine informative Postkarte und eigene Social-Media-Inhalte wecken Interesse und vermitteln Wissen weltweit.



Kontakt zu Meinungsbildner*innen

2024 trat die ÖWM weltweit mit Meinungsbildner*innen in Kontakt, um sie von Österreichs Pioniergeist im umweltbewussten Weinbau zu überzeugen und sie mit dem nötigen Rüstzeug auszustatten, diese Botschaft an ihre Kund*innen weiterzutragen.



Themenwand vermittelt Wissen auf einen Blick

Auf der ProWein Düsseldorf im März 2024 lud die ÖWM etwa zu einer Umwelt-Masterclass und vermittelte mit einer speziellen Themenwand alle Kennzahlen, die Österreichs Vorreiterrolle untermauern.



Die Protagonisten des umweltbewussten Weinbaus als Messe-Highlight

Auch bei der VieVinum stand die Umwelt im Fokus: Die ÖWM bestückte den Gang in der Hofburg, den alle internationalen Gäste und heimischen Journalist*innen auf dem Weg zur ÖWM Lounge passierten, mit Infotafeln und aufmerksamkeitsstarken Skulpturen. So kamen die VieVinum-Gäste während der gesamten Messedauer mit dem Thema in Berührung.

Weiters präsentierte die ÖWM ihre Inhalte einem ausgewählten Fachpublikum auf der ersten „Sustainability in Drinks“-Konferenz in London im Oktober 2024.

Breite Präsenz in Medien

Für ein konstantes mediales Grundrauschen sorgten Inserate, Advertorials sowie themenspezifische Presstexte in Deutsch und Englisch zum Anstieg der biologisch und „Nachhaltig Austria“-zertifizierten Fläche an jeweils über 5.000 Kontakte. Im Herbst 2024 startete die ÖWM zudem eine breit angelegte Social-Media-Kampagne im DACH-Raum und erzielte damit **8 Millionen Sichtkontakte**.

Die Nachfrage und oft höhere Preisbereitschaft für umweltbewusst produzierte Weine eröffnen Absatzchancen weltweit.

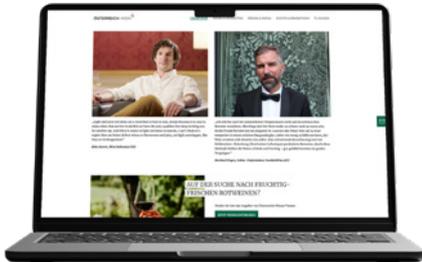


Weiterführende Informationen:
oesterreichwein.at/umwelt

NEUE HERAUSFORDERUNGEN – RASCHE REAKTIONEN

In einem dynamischen Marktumfeld ist die ÖWM gefordert, rasch Konzepte für aktuelle Herausforderungen zu entwickeln und umzusetzen. 2024 war geprägt von neuen Trends im Konsumverhalten, auf die die ÖWM mit passgenauen Werbeschwerpunkten reagierte.

Rotwein in der Krise?



Themenschwerpunkt „frische Rotweine“



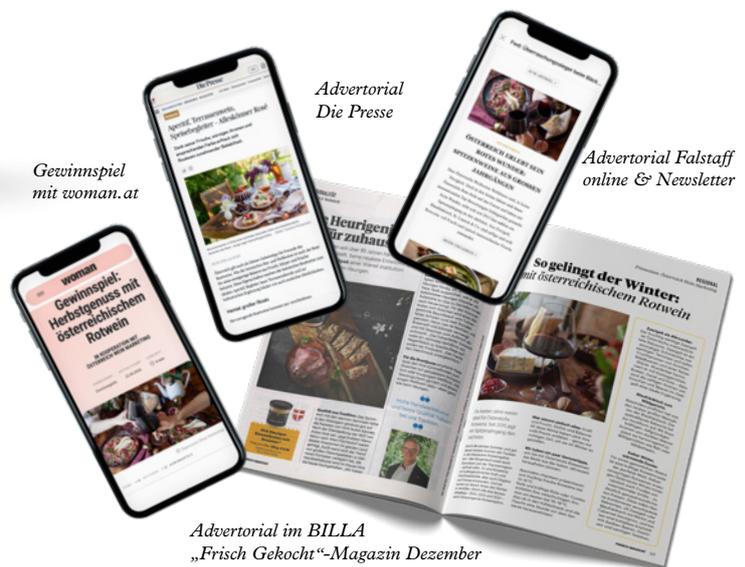
Themenschwerpunkt „Rosé“



2024 berichteten viele Rotweinproduzent*innen über eine sinkende Nachfrage und steigende Lagerbestände in den Kellern. Eine Analyse der aktuellen Marktforschungsdaten von NielsenIQ (Scanning-Daten des Lebensmitteleinzelhandels inkl. Online-Absätzen und Diskontern) zeigt, dass inländischer Rotwein im Vergleich zu ausländischem Rotwein in den letzten fünf Jahren deutlich an Marktanteil zulegen konnte (Mengenanteil: von 55 % 2019 auf 61 % 2024). Jedoch sank der gesamte Rotweinabsatz im selben Zeitraum um knapp 18 % – zusammengesetzt aus 28 % Mengenverlust bei ausländischem und 9 % bei inländischem Rotwein. Das entspricht einem Rückgang von 5 Mio. Litern gesamt bzw. 1,4 Mio. Litern bei inländischem Wein.

Der Großteil der Verluste beim heimischen Rotwein betrifft das Preiseinstiegssegment unter 4 Euro. Im Segment über 6,99 Euro wiederum wurde sogar etwas mehr Rotwein aus Österreich abgesetzt.

Um dem sinkenden Rotweinabsatz entgegenzusteuern, forciert die ÖWM die Imagewerbung für Rotwein seit dem Sommer 2024. Vielseitige Konsumanlässe und passende Rotwein-Spielarten sowie das attraktive Preis-Genuss-Verhältnis der heimischen Roten werden sowohl medial als auch in Handels- und Gastroaktivitäten (sh. S. 16f) ins Rampenlicht gestellt. Texte und Bilder bereitet die ÖWM für Endkonsument*innen- und Fachmedien maßgeschneidert auf.



Gewinnspiel mit woman.at

Advertorial Die Presse

Advertorial Falstaff online & Newsletter

Advertorial im BILLA „Frisch Gekocht“-Magazin Dezember

Junge Zielgruppen erfordern neue Wege

Ist es wahr, dass junge Weinkonsument*innen sich nicht für Rotwein interessieren und generell kaum Wein konsumieren? Könnte die Bewerbung von leichten und alkoholfreien Weinen junge Erwachsene an die Welt der „klassischen“ Weine heranzuführen? Um diese und weitere Fragen zu beantworten, führte die ÖWM Ende 2024 eine repräsentative Studie unter 20- bis 35-Jährigen durch – denn verlässliche Marktforschungsdaten sind die Basis wirkungsvoller Maßnahmen.

Die Ergebnisse werden am ÖWM Marketingtag 2025 präsentiert und fließen ab 2025 auch in die Konzeption von relevanten und schlagkräftigen ÖWM Aktivitäten zur Imageförderung von Wein in der jungen Zielgruppe ein.



Alkoholfreie und alkoholarme Weine erweitern den Markt

Wenngleich der Marktanteil von Weinen mit keinem oder geringem Alkohol noch gering ist, nehmen die mediale Präsenz und die Verfügbarkeit im Handel rasch zu. 2024 nahm die ÖWM in der Weindatenbank des ÖWM Admin die nötigen technischen Änderungen vor, sodass Winzer*innen auch Weine dieser Kategorie eingeben können.

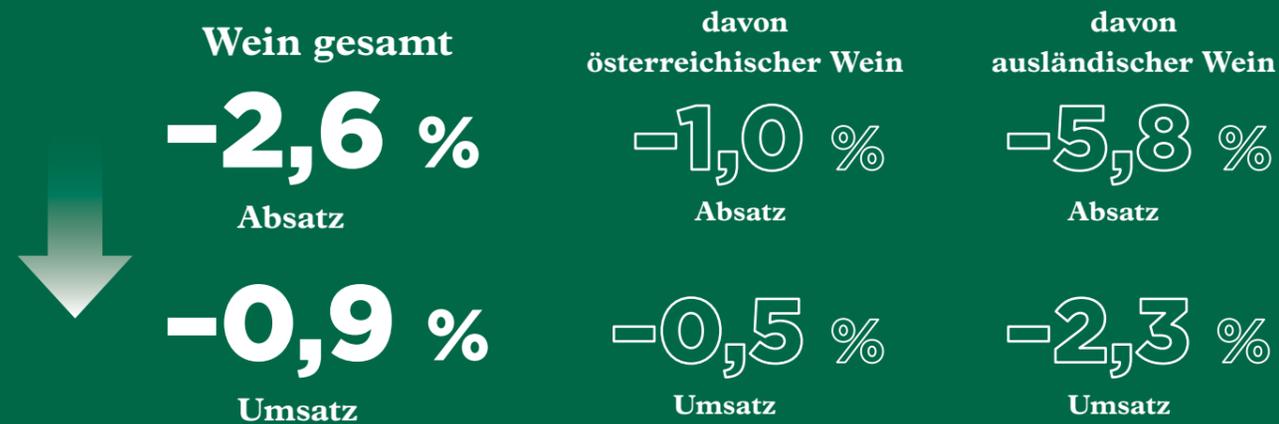
Somit ist die Voraussetzung für die Präsentation sogenannter „No- & Low“-Weine bei ÖWM Veranstaltungen geschaffen. Zudem werden sie in der Weinsuche auf oesterreichwein.at angezeigt.

In Verkostungsheften, Schulungsunterlagen und auf der Österreich Wein Website erweiterte die ÖWM die Liste der Weintypen um die neue Kategorie „alkoholfreie/alkoholarme Weine“, um diesen neuen Baustein der österreichischen Weinvielfalt sichtbar zu machen.



MARKTSITUATION

Wein im LEH, 2023/24 vs. 2022/23*



Quelle: NielsenIQ

* Betrachtungszeitraum: KW 41 2023 bis KW 40 2024 bzw. KW 41 2022 bis KW 40 2023

Österreichischer Wein im Gastro-Großhandel/C+C,
Q1-Q3 2024 vs. Q1-Q3 2023



Quelle: Gastrodata, GastroPanel

Wertanteil österreichischer Weine 2023



Quelle: Gastrodata, GastroPanel, GfK Käufertrends 2023, NielsenIQ

MEDIENECHO

20 
Presseaussendungen

7.880 
Abonent*innen*

*deutschsprachige Presseaussendungen

11.879
Artikel in
1.246 Medien

! Top-Themen:
Niederösterreich
Burgenland
Steiermark

234 
bezahlte Artikel

44 
TV-Beiträge

Werbeäquivalenzwert: **€ 59,3 Mio.**

Beobachtungszeitraum: 1.1.-1.12.2024

ONLINE-MARKETING

24.999
f i Follower*innen

322.762
Website-Sitzungen

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

8+12+5
(Publikums-) (Winzer*innen-) (Event-)
Newsletter

11.223
Abonent*innen*

*deutschsprachiger Newsletter

+8,0 %

im Vergleich
zum Vorjahr

SALON ÖSTERREICH WEIN 2024: ÜBER 600 GÄSTE BEI EVENT

Der SALON lässt jährlich die 275 besten Weine des Landes und ihre geschützten Herkünfte hochleben. Als härtester Weinwettbewerb Österreichs bekannt, genießt er seit über 30 Jahren hohes Ansehen und Strahlkraft. 2024 stand die feierliche Verkostung aller SALON Weine wieder einem breiten Publikum offen.

8.000

Weine in der
Landesprämierung



275 SALON
Weine

29 SALON
Sieger



Die SALON Sieger 2024 bei der Präsentation im Palais Niederösterreich



Über 600 Gäste im Palais Niederösterreich

Am 17. Juli ehrte die ÖWM alle 29 SALON Sieger bei einer feierlichen Pressekonferenz im Palais Niederösterreich, zu der zahlreiche Journalist*innen und Ehrengäste erschienen. Im Anschluss daran wurde das Palais zur Eventlocation für Fachbesucher*innen und Endverbraucher*innen umgebaut: Alle 275 SALON Weine inklusive der 29 SALON Sieger sowie der Zweit- und Drittplatzierten jeder Kategorie standen dann zur Verkostung. Somit konnte zum ersten Mal seit der Pandemie wieder ein breites Publikum alle SALON Weine probieren.



Das SALON Event zog viele Gäste an

Über 600 Gäste strömten zur Verkostung. Die Qualität der Weine, ein SALON Glücksrad, begleitende DJ-Klänge sowie kleine Häppchen sorgten für rundum gute Laune. Die 2024er-Leistungsschau des härtesten Weinwettbewerbs Österreichs wurde so zum vollen Erfolg.

Wie wurden die 275 SALON Weine ermittelt?

Der SALON Österreich Wein gilt seit mehr als drei Jahrzehnten als der härteste Weinwettbewerb des Landes. Der Grund: In mehrstufigen Blindverkostungen kürt die fachkundige SALON Jury aus Tausenden Einreichungen die besten 275 Weine Österreichs. Rund 60 % der SALON Weine sind gebietstypische, also DAC-Weine. Neben klassischen Geschmackskriterien wird dort auch bewertet, wie gut und eigenständig sich die Herkunft – vom Gebiet bis zur Ried – im Wein erschmecken lässt. Erstmals wurde 2024 bei den gebietstypischen Weinen ein eigener Sieger für Ruster Ausbruch DAC gekürt. Die weiteren 40 % der SALON Weine werden in „Weinvielfalt“-Kategorien eingeteilt, um die gesamte hochwertige Palette der österreichischen Weinkultur abzubilden. Sie tragen meist die Herkunftsangabe des Bundeslandes auf dem Etikett.

SALON Weine als Botschafter

Das ganze Jahr über setzt die ÖWM die SALON Weine bei zahlreichen weiteren Events ein, etwa bei 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

Riedenkarten.at – Der Stein unter dem Wein

Der digitale Weinatlas riedenkarten.at ist um eine bedeutende Funktion reicher: Die ÖWM erweiterte ihn 2024 um **alle wichtigen geologischen Eigenschaften** der knapp 5.000 Weinrieden in Österreich. Jede Ried verfügt über eine Infobox, die nun zusätzlich detaillierte Informationen zur Art des Untergrunds (z. B. Schiefer, Löss, Ton), zum Bodentyp (z. B. Braun- oder Schwarzerde) sowie zur Bodentextur (z. B. sandig oder lehmig) liefert. Noch tiefer in die Geologie der Rieden lassen u.a. Daten zu Kalk- und Humusgehalt, zur Durchlässigkeit oder zur Wasserversorgung blicken. Weinbegeisterte können so mit wenigen Klicks die einzigartigen geologischen Beschaffenheiten der österreichischen Einzellagen erforschen – ein weltweites Novum.



Neue Funktion:
riedenkarten.at



GASTRO-KAMPAGNE „ÖSTERREICH WEIN LÄDT EIN“

Nach der erfolgreichen Kampagne 2021 rief die ÖWM im August 2024 wieder unter dem Motto „Heut' lade ich ein!“ zum Genuss heimischer Weine in der Gastronomie auf. Ziel: den Weinabsatz in Gaststätten steigern und das Bewusstsein für das Genussgut österreichischer Wein bei den Konsument*innen erhöhen.



Tischaufsteller in der Gastronomie und Plakate zogen die Blicke auf sich

Laufzeit: August 2024

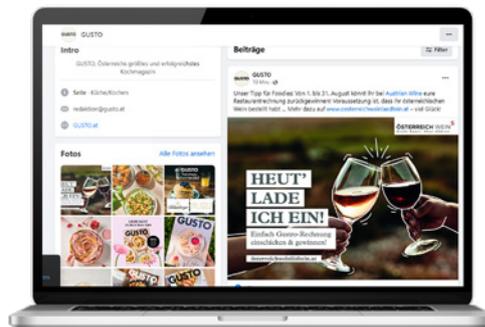
13,1 Mio.
potenzielle Sichtkontakte

5.099
Rechnungen eingereicht
(vgl. 2021: 1.000 Rechnungen)

307
Gewinner*innen

40.000
Tischaufsteller in
gastronomischen Betrieben

8.640
Gratisgläser an
gastronomische Betriebe



Radiospot & Social Media Reel zum Nachhören & -schauen

Der Kern der Werbekampagne war ein Gewinnspiel für Endkonsument*innen: Die ÖWM übernahm im Zeitraum von 1. bis 31. August jeden Tag zehn Rechnungen im Wert von maximal 200 Euro. Voraussetzung dafür war die Konsumation von österreichischem Wein in einem heimischen Gastronomiebetrieb.

Um die Gastronomiebetriebe als Teil der österreichischen kulinarischen Tradition zusätzlich zu unterstützen, umfasste die Kampagne auch eine eigene Gläser-Aktion für Gastronom*innen: Die ersten 500 teilnehmenden Lokale erhielten kostenfrei je 24 „Österreich Wein“-Gläser aus dem Österreich Wein Institut (ÖWI). Insgesamt wurden somit über 8.000 Gratisgläser österreichweit verschickt.

Zusätzlich produzierte die ÖWM für die Gastronom*innen eigens designte Tischaufsteller mit einem QR-Code, der direkt zum Gewinnspiel führte. In Summe erhielten 4.567 Betriebe in ganz Österreich insgesamt 40.000 Tischaufsteller.



Reichweitenstarke Platzierungen u. a. in der Kronen Zeitung und der Presse am Sonntag

Für die Bewerbung der Kampagne wählte die ÖWM einen breiten Multi-Channel-Ansatz: von einem österreichweiten Radiospot, der auf 48 Radiosendern über vier Wochen ausgespielt wurde, über Online- und Print-Anzeigen in Fach- und Lifestylemagazinen, Tages- und Regionalzeitungen bis hin zu Plakaten und Social-Media-Werbung. Auch die eigenen Kanäle der ÖWM wurden dafür genutzt: So bewarb die ÖWM das Gewinnspiel über mehrere Newsletter, Presstexte und über Social Media. Mit diesem Medienmix erreichte die Kampagne Endkonsument*innen aller Altersklassen in ganz Österreich.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Kooperationen 2024



Handelskooperationen

Über 1.000 Weingüter profitieren



Medienkooperationen

195 bezahlte Artikel | 170 Mio. Sichtkontakte

TV & Radio



Print



Online



Ausbildung

Über 1.000 Schüler*innen wurden an über 50 Ausbildungsstätten unterstützt



TOURISMUSCHULEN

Bundesministerium Bildung, Wissenschaft und Forschung

Sonstige Kooperationen



KALK & KEGEL

rolling pin.

West Wine Story: Der Wein-Branchentreff in Innsbruck



79 Teilnehmende Betriebe



300 Fachbesucher*innen

273 präsentierte Weine

Die ÖWM organisierte am 20. November 2024 zum zweiten Mal ein Event für die Partner*innen des österreichischen Weins in Westösterreich. Gastronomie, Sommelierie, Hotellerie, Seilbahnen, Handel – die wichtigsten Akteur*innen der Weinwirtschaft und des Tourismus trafen sich im Congress Innsbruck zum Auftakt der Wintersaison.

Moderator Rainer Pariasek führte die 300 geladenen Gäste durch das spannende Rahmenprogramm. Zu den Highlights zählten die Preisverleihung an die „Weinwirte des Jahres“ durch den Wirtshausführer und spannende Einblicke in die aktuellen Trends durch Expert*innen der Gastronomie. Natürlich stand auch der Wein im Mittelpunkt: Mehr als 270 Weine von fast 80 Weingütern aus ganz Österreich konnten verkostet werden.



Rainer Pariasek führte die 300 Gäste durch den Abend



Österreich Wein & AUA: ready for take-off!



Die frisch gebackenen Austrian Wine Experts der AUA

2024 intensivierte die ÖWM ihre Zusammenarbeit mit Austrian Airlines. Gemeinsam führen die beiden Partner nun ein Schulungsprogramm für das Bordpersonal durch, um es zu „Austrian Wine Experts“ auszubilden. Das Programm beinhaltet sechs Seminare, gefolgt von einer Abschlussprüfung.



Alle Absolvent*innen wurden mit Urkunde und Pin ausgezeichnet

Bereits 26 Flugbegleiter*innen der AUA haben die Ausbildung erfolgreich abgeschlossen und werden bei den Passagier*innen künftig die Lust auf die Weine und die Kulinarik Österreichs wecken. Damit übernimmt Austrian Airlines eine wichtige Rolle als Botschafter des österreichischen Weins.

Weinausbildung im ganzen Land

Ob an Tourismusschulen, HLWs oder HBLAs – in ganz Österreich unterstützt die ÖWM die Weinausbildung an den Schulen. Darüber hinaus arbeitet sie seit vielen Jahren mit den WIFIs zusammen, um die Sommelier- bzw. Sommelière-Ausbildung zu fördern.

*Die Lernenden von heute sind
die Profis von morgen,
die österreichischen Wein verkaufen.*

In Summe erhalten mehr als 50 Ausbildungsstätten in ganz Österreich Unterstützung in Form von über 850 Schulungspaketen und mehreren Tausend Schulungsunterlagen jährlich.

Fachreisen für Handel und Gastronomie



Mitarbeiter*innen von Wein & Co im Weinviertel

56 Weingüter besucht
oder bei Masterclasses
präsentiert

250 präsentierte Weine

90 Reisende

Die ÖWM organisiert in Abstimmung mit den Weinbaugebieten jährlich mehrere Fachreisen für wichtige Mitarbeiter*innen aus Handel und Gastronomie in Österreich. Das Ziel ist, das Fachwissen der Wein-Verkäufer*innen bzw. des Servicepersonals zu vertiefen. Jedes Jahr werden andere Gebiete besucht, 2024 ging es ins Kamp-, Krems- und Traisental, in die Wachau, das Weinviertel und die Thermenregion. Am Programm standen hochwertige Masterclasses, Verkostungen und zahlreiche Weingutsbesuche, um mit den Winzer*innen direkt Kontakt zu knüpfen. Die unvergesslichen Eindrücke in den Weinbaugebieten festigen die positive Wahrnehmung des österreichischen Weins und das Bewusstsein für seine Herkunft.

Handelskooperationen: Mehr als 1.000 Weingüter profitieren

Wie seit vielen Jahren kooperierte die ÖWM auch 2024 mit den größten und wichtigsten Weinhandelshäusern in Österreich – egal ob Lebensmitteleinzelhandel oder Fachhandel. Für über 1.000 österreichische Weingüter sind diese Handelspartner ein zentraler Absatzkanal, der den Verkauf von österreichischem Wein am Heimmarkt stärkt.

Durch die Zusammenarbeit mit der ÖWM ...

- ... nehmen Händler österreichische Weine in ihr Sortiment auf.
- ... schulen Händler ihr Personal für den Verkauf von österreichischem Wein.
- ... nutzen Händler ihre Medien (z. B. BILLA Frisch Gekocht Magazin, INTERSPAR Weinwelt Journal, Wein & Co Weinblick, Kastner Alles Wein Journal, Transgourmet Quintessenz), um österreichischen Wein den Leser*innen schmackhaft zu machen.

Kooperation mit heimischen Medien

79 Print-Advertorials

44 TV-Beiträge

72 Online-Advertorials

170 Mio. Sichtkontakte

Neben Handelsmedien (s.o.) arbeitet die ÖWM seit vielen Jahren mit den wichtigsten Medienhäusern Österreichs, aber auch mit aufstrebenden Online-Kanälen zusammen: Zeitungen und Magazine, TV- und Radiosender sowie deren Online-Plattformen, Blogger*innen – von den Vorarlberger Nachrichten über den Standard bis zu Cooking Catrin.

Mit knapp 200 gesponserten Artikeln, TV-, Radio- und Blogbeiträgen lenkte die ÖWM 2024 die Aufmerksamkeit der österreichischen Konsument*innen auf den heimischen Wein. Die Beiträge reichten von Wein- und Speisetipps über weintouristische Empfehlungen bis hin zu detailreichen Berichten über Weingebiete, Rebsorten und Vinifikation.

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 Gesamtjahreszahlen für 2023 und erste Zahlen zu den Quartalen eins bis drei 2024 vor – im Folgenden ein Auszug der wichtigsten Entwicklungen am Heimmarkt.

Weinkonsum in Österreich

2023 wurden in Österreich rund 237 Mio. Liter Wein konsumiert¹. Von dieser Menge entfiel der Großteil (132,5 Mio. Liter oder 56,0 %) auf die Gastronomie oder auf Events. Weitere 92,4 Mio. Liter (39,0 %) wurden in österreichischen Haushalten konsumiert. Der Großteil der konsumierten Haushaltsmenge kann Einkäufen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zugeordnet werden (80,1 Mio. Liter; 86,7 %)². Ca. 11,8 Mio. Liter (5,0 %) der Gesamtmenge wurden von Tourist*innen und Gastarbeiter*innen eingekauft.

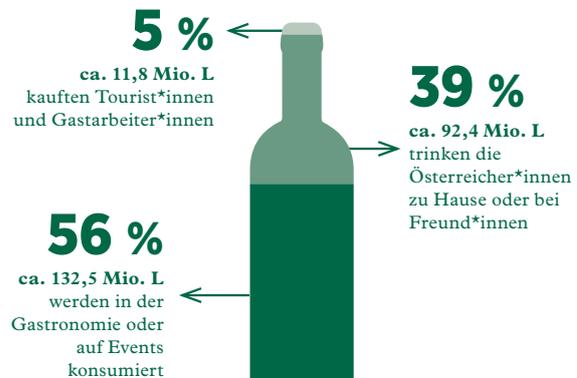


Abb. 1

¹Quelle: GfK, Gesamtkonsum 2023; Stand Mai 2024.

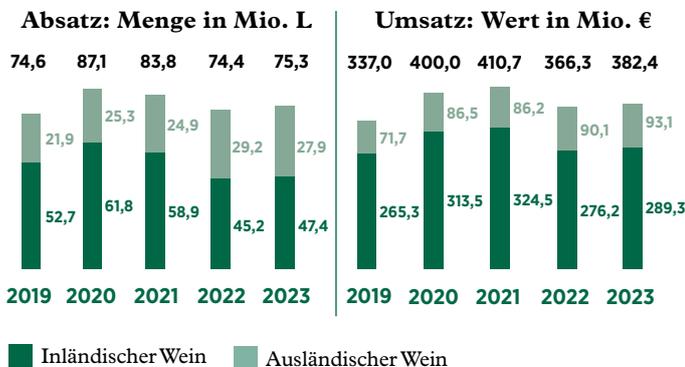
²Um den gesamten Weinkonsum in Österreich widerzuspiegeln, wurden die Absätze im LEH auf 100 % Abdeckung hochgerechnet.

Heimkonsum

Die Corona-Pandemie und damit einhergehende Lockdowns bzw. eingeschränkte Zugänge zu Restaurants und Gastronomie verlagerten den Weinabsatz stärker zu den Kanälen des Heimkonsums. Nach dem Ende der Pandemie pendelte sich der Absatz (=Menge) wieder ungefähr auf Vorkrisenniveau

ein, der Umsatz (=Wert) konnte aber deutlich zulegen. 2023 wurden im Heimkonsum 47,4 Mio. Liter österreichischer Wein konsumiert (+4,9 % zu 2022); die Umsatzerlöse dafür betragen 289,3 Mio. Euro (+4,7 % zu 2022; vgl. Abb. 2).

Absatz/Umsatz Heimkonsum

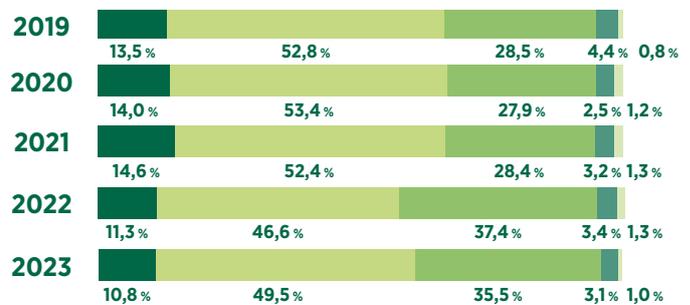


Quelle: GfK Käufertrends 2023

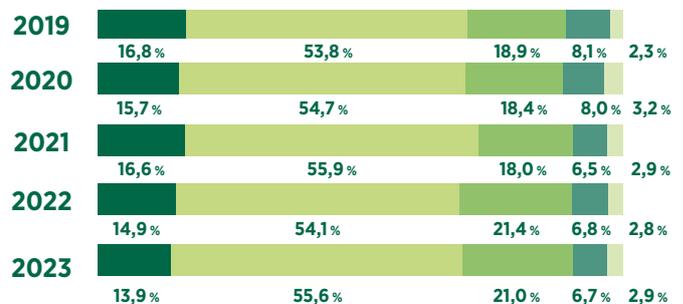
Abb. 2

Mengen- und Wertanteile der Absatzmittler im Heimkonsum

Mengenanteile



Wertanteile



■ Ab Hof ■ LEH inl. Wein ■ LEH ausl. Wein

■ Sonstige Einkaufsstätten inl. Wein ■ Sonstige Einkaufsstätten ausl. Wein

Quelle: GfK Käufertrends 2023

Abb. 4

Durchschnittspreise im Heimkonsum pro Liter

	2019	2020	2021	2022	2023
Ab Hof	5,7	5,2	5,6	6,5	6,5
LEH inländischer Wein	4,6	4,7	5,2	5,7	5,7
LEH ausländischer Wein	3,0	3,0	3,1	2,8	3,0
Sonst. inländischer Wein	8,4	10,4	9,8	9,9	10,9
Sonst. ausländischer Wein	12,5	12,6	11,3	11,0	14,0
Total	4,5	4,6	4,9	4,9	5,1

Quelle: GfK Käufertrends 2023

Abb. 3



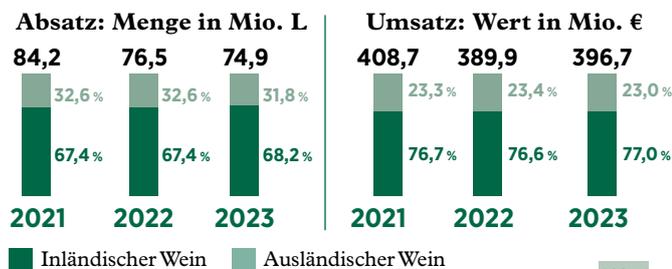
Lebensmitteleinzelhandel

Der Weinabsatz im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) war vor Ausbruch der Corona-Pandemie relativ stabil, umsatzmäßig konnten deutliche Gewinne erzielt werden. Nach Ausbruch der Pandemie und den damit einhergehenden Lockdowns legten sowohl Absatz als auch Umsatz im LEH kräftig zu, da dort vermehrt Wein für den Heimkonsum gekauft wurde. Nach Ende der Lockdowns ging der Absatz ab 2022 wieder sukzessive in Richtung Vor-Corona-Niveau zurück. Mit dem Beginn des Ukrainekriegs Anfang 2022 schnellte zudem die Inflation nach oben und hemmt seither die generelle Konsumlaune.

2023 belief sich der gesamte Weinabsatz im LEH auf 74,9 Mio. L (-2,0 % zu 2022), der Umsatz auf 396,7 Mio. Euro (+1,8 %; vgl. Abb. 5). Die geringere Verkaufsmenge bei höherem Wert zeigte sich auch bei den einzelnen Weinkategorien: Weißwein: -0,1 % Menge, +3,3 % Wert; Rotwein: -2,5 % Menge, +0,2 % Wert; Roséwein: -2,0 % Menge, +2,9 % Wert (vgl. Abb. 6).

Im Vergleich zu ausländischen Weinen baute der österreichische Wein 2023 seine Marktanteile im LEH weiter aus: Sein Absatz-Anteil wuchs auf 68,2 % (+0,8 Prozentpunkte), der Umsatz-Anteil auf 77,0 % (+0,4 Prozentpunkte; vgl. Abb. 5).

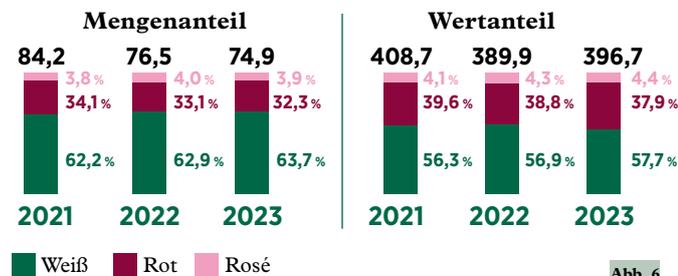
Marktanteile Inland/Ausland im LEH



Quelle: NielsenIQ 2023

Abb. 5

Marktanteile Weiß/Rot/Rosé im LEH



Gesamtmenge incl. +ausl. Wein in Mio. L, Gesamtwert in Mio. €; Quelle: NielsenIQ 2023

Abb. 6

Weinverkauf im LEH Q1–Q3 2024

In den ersten drei Quartalen 2024 wurde mengenmäßig etwas weniger Wein im LEH abgesetzt als im Vergleichszeitraum 2023 (-2,5 %). Auch der Umsatz sank um 1,1 %. Bei den heimischen Weinen waren Rot- und Roséwein rückläufig, österreichischer Weißwein hingegen konnte Zuwächse verzeichnen. Ausländische Weine waren im Absatz stärker rückläufig als heimische Weine, lediglich der Umsatz von Weiß- und Roséwein legte leicht zu (vgl. Abb. 7).



	Weißwein		Rotwein		Roséwein	
	Absatz	Umsatz	Absatz	Umsatz	Absatz	Umsatz
Inland	+1,8 %	+1,9 %	-6,5 %	-5,9 %	-7,1 %	-5,0 %
Ausland	-5,2 %	+1,3 %	-7,4 %	-5,4 %	-2,1 %	+1,5 %

Quelle: NielsenIQ, Jänner–September 2024

Abb. 7

Seit Corona: Heimischer Wein gewinnt Marktanteile dazu

Für ein langfristiges Bild lohnt sich der Blick bis vor Corona: Im Gesamtjahr 2019 betrug der Weinabsatz im LEH 77,9 Mio. Liter (österreichische & ausländische Weine); davon entfielen 48,9 Mio. Liter auf österreichischen Wein (63 % Marktanteil).

Im Vergleich dazu wurden in den zwölf Monaten bis zur 40. Kalenderwoche 2024 72,9 Mio. Liter Wein verkauft*. Davon waren 49,8 Mio. Liter österreichischer Wein – er konnte seinen Marktanteil im Vergleich zu 2019 auf 69 % ausbauen.

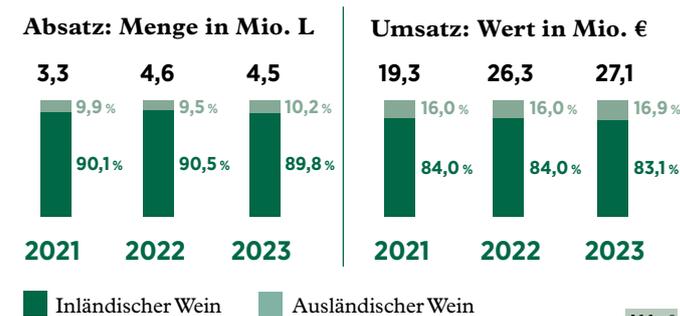
Die Mengenverluste im LEH betrafen somit ausschließlich ausländische Weine: von 29,0 Mio. Liter im Gesamtjahr 2019 (37 % Marktanteil) auf 22,8 Mio. Liter bis KW 40/2024 (31 %).

* Quelle: NielsenIQ Markettrack, bis inkl. KW 40/2024; Daten bei Redaktionsschluss nur bis KW 40 2024 verfügbar

Gastronomie

Die coronabedingten Lockdowns trafen die Gastronomie besonders hart und sorgten dort für einen drastischen Einbruch beim Weinverkauf. Inzwischen zeigen die Zahlen zwar wieder eine Erholung, das Vorkrisenniveau konnte bisher aber leider noch nicht wieder erreicht werden. Auch hier machen sich die Preissteigerungen der letzten Jahre bemerkbar. Dennoch zeigt eine Analyse der Verkäufe, dass österreichischer Wein auch in Krisenzeiten präferiert gekauft wurde und noch immer wird. Mit 89,8 % Marktanteil bei der Menge und 83,1 % beim Wert war österreichischer Wein im C+C-Zustellgroßhandel die klare Nummer eins (Abb. 8). Ausländische Weine hatten 2023 einen Marktanteil von 10,2 % bei der Menge und 16,9 % beim Wert.

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



Quelle: Gastrodata, GastroPanel 2024

Abb. 8

Entwicklung Verkauf inländische Weine im Gastro-Großhandel Q1–Q3 2024



Quelle: Gastrodata, Gastropanel Jänner–September 2024

Die Entwicklung der Weinverkäufe im Gastro-Großhandel in den ersten drei Quartalen 2024 ähnelt jener im LEH. Auch im Gastro-Großhandel wurde mengenmäßig etwas weniger Wein abgesetzt als im Vergleichszeitraum 2023 (-2,3 %). Der Umsatz sank um 2,5 %.

VIEVINUM 2024: REKORDANDRANG DER WEINWELT IN WIEN

Von 25. bis 27. Mai 2024 präsentierten sich in der Wiener Hofburg 500 österreichische Weingüter einem weinbegeisterten Publikum. Die ÖWM holte dafür mehr als 1.200 Fachgäste aus 58 Ländern in die Hauptstadt. Damit war diese Ausgabe der VieVinum eine Rekordveranstaltung: Nie zuvor war so viel internationales Fachpublikum nach Wien gekommen.



Volles Haus in der Wiener Hofburg: Nie zuvor waren mehr internationale Fachgäste bei der wohl schönsten Weinmesse der Welt

Die VieVinum ist alle zwei Jahre das wichtigste Projekt im ÖWM Kalender. Von M.A.C. Hoffmann organisiert, ist die Weinmesse seit 1998 eine der wichtigsten Plattformen für den Exporterfolg des österreichischen Weins. In den folgenden 25

Jahren stieg der Exportwert um mehr als das Siebenfache auf 248 Mio. Euro. Da der österreichische Wein auf dem Heimmarkt sehr hohe Marktanteile besitzt, liegt sein größtes Wachstumspotenzial im Export.

Zwei Jahre Vorbereitung führten zu Rekordbeteiligung



Verkosten & Vernetzen: Diesem Anspruch wurde die VieVinum auch 2024 wieder mehr als gerecht

Als wichtigster Partner der VieVinum ist es die Hauptaufgabe der ÖWM, das internationale Fachpublikum zur Messe zu bringen. Bereits kurz nach der VieVinum 2022 begann die ÖWM deshalb mit den Vorbereitungen für die VieVinum 2024: Auf allen Folgeveranstaltungen knüpfte sie neue Kontakte zu den wichtigsten internationalen Fachpersonen.



Ein Aufwand, der sich lohnte: Mehr als 1.200 Expert*innen aus Handel, Gastronomie und Presse aus 58 Ländern strömten zur VieVinum 2024 – so viele wie nie zuvor. Zu Gast waren z. B. der Sommelier-Weltmeister 2023 Raimonds Tomsons, sechs Master Sommeliers und 21 Masters of Wine.



Riesenandrang bei der ÖWM Masterclass mit den ASI-Sommelier-Granden Reeze Choi, Raimonds Tomsons und Pascaline Lepeltier



Drei Tage lang schlug das Herz für österreichischen Wein besonders stark



In einem eigenen Restaurant- und Lounge-Bereich konnten sich die ÖWM Gäste stärken, austauschen und arbeiten

Flightverkostung fand großen Anklang

Am Tag vor Messebeginn lud die ÖWM zu einer Verkostung österreichischer Top-Weine ins Palais Niederösterreich. Präsentiert wurden dort „International Heroes“, also Weine mit höchsten internationalen Bewertungen, und „Rising Stars“ (Weine von stark aufstrebenden österreichischen Weingütern). Mehr als 350 Besucher*innen nahmen an der ausgebuchten Verkostung teil.



Über 350 Gäste besuchten die Flightverkostung „International Heroes & Rising Stars“

Während der Messetage boten Dutzende Rahmenveranstaltungen einmalige Einblicke in das Weinland Österreich. Dazu gehörte eine von der ÖWM organisierte Masterclass, bei der drei der weltbesten ASI-Sommeliären und -Sommeliers ihre österreichischen Lieblingsweine präsentierten – aber auch die knapp 30 Verkostungen der „School of Wine“ des Messeveranstalters M.A.C. Hoffmann sowie Veranstaltungen der Weinbaugemeinschaften und -vereinigungen.

155 internationale Gäste reisten in Gebiete

Auch 2024 fanden nach der Messe Fachreisen nach Niederösterreich, ins Burgenland und in die Steiermark statt. Mit insgesamt 75 Teilnehmer*innen waren diese innerhalb kurzer Zeit ausgebucht. Darüber hinaus unterstützte die ÖWM 80 Fachgäste bei zwölf individuellen Touren durch Österreichs Weinbaugemeinschaften. So konnten sie in persönlichen Kontakt mit Winzer*innen treten sowie die Gebiete und ihre Weinstile noch besser kennenlernen.

Bacchuspreis an Anne Krebiehl MW und Gerhard Retter

Ein Novum 2024: Erstmals verlieh die ÖWM im Rahmen der VieVinum den internationalen Bacchuspreis. Er ging an die Master of Wine Anne Krebiehl und die Sommelier-Legende Gerhard Retter; beide leisten seit vielen Jahren einen unschätzbaren Beitrag, den österreichischen Wein international bekannt und begehrt zu machen.



Strahlende Bacchuspreisträger*innen 2024: Gerhard Retter und Anne Krebiehl MW



Impressionen zur VieVinum 2024:
www.youtube.com/oesterreichwein

VieVinum-Evaluierung: Fachgäste vergaben Höchstnoten

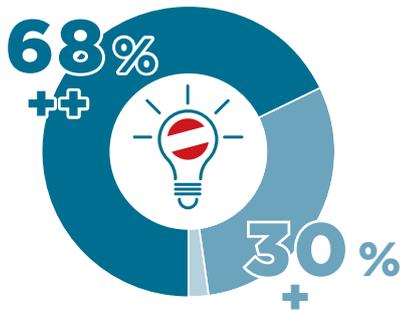
Im Anschluss an die VieVinum führte die ÖWM eine Umfrage beim internationalen Fachpublikum durch. Die Befragten zeigten sich mit der Messe rundum zufrieden, speziell mit dem Service der ÖWM und den Gebietsreisen. Mehr als die Hälfte gab an, drei oder mehr österreichische Weine neu in ihr Portfolio aufnehmen zu wollen. Für die Analyse befragte die ÖWM gemeinsam mit der Marktforschungsagentur marketmind eine repräsentative Stichprobe von mehreren Hundert internationalen Gästen der VieVinum.

Mehr Nachfrage nach österreichischem Wein

Fast alle Befragten (98 %) gaben an, dass sich ihr Wissen über österreichischen Wein durch die VieVinum verbessert hat. Vier von fünf Befragten (81 %) aus Handel und Gastronomie bestätigten, dass sie dadurch mehr österreichischen Wein verkaufen

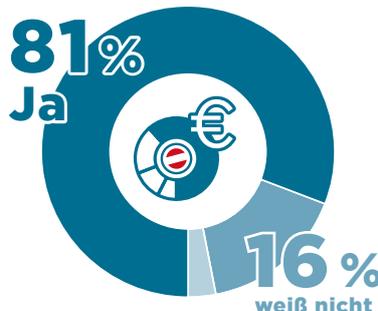
können. Besonders erfreulich: Mehr als die Hälfte (60 %) von ihnen möchte künftig mindestens drei neue österreichische Weine in ihr Portfolio aufnehmen.

Wie würden Sie Ihr Wissen über österreichischen Wein nach dem Besuch der VieVinum einschätzen?



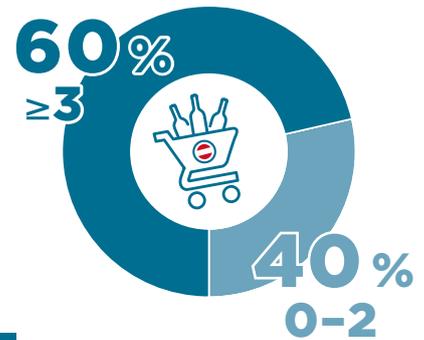
- deutlich verbessert
- etwas verbessert
- nicht verbessert

Denken Sie, dass Sie mit dem neuen Wissen durch die VieVinum nun mehr österreichischen Wein verkaufen können?



- Ja
- weiß nicht
- nein

Wie viele Weine planen Sie eventuell neu in ihr Portfolio aufzunehmen?



- 3 oder mehr
- 0 bis 2

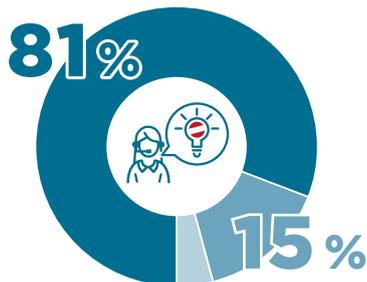
Quelle: Evaluierung VieVinum 2024, marketmind

ÖWM Service und Gebietsreisen sehr positiv bewertet

Mit dem Service der ÖWM auf und abseits der Messe waren 81 % der Befragten sehr zufrieden, 15 % zufrieden. Besonders positiv bewertet wurde die Flightverkostung „International Heroes & Rising Stars“ (95 % „sehr zufrieden“ oder

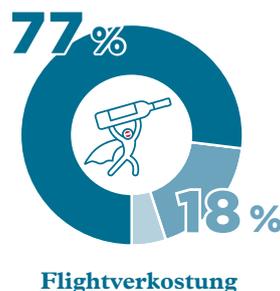
„zufrieden“) sowie die Gebietsreisen nach Niederösterreich, ins Burgenland und in die Steiermark (alle drei: 100 % „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“).

Wie zufrieden waren Sie mit dem Service und der Betreuung durch die ÖWM während der VieVinum?

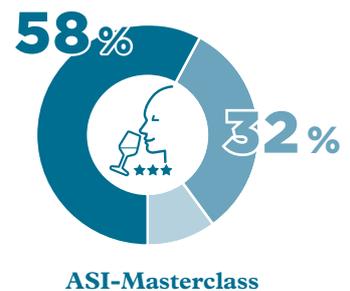
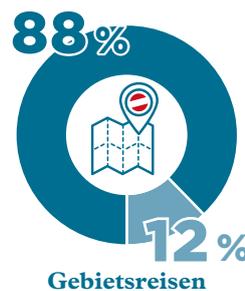


- sehr zufrieden
- zufrieden
- weniger zufrieden

Wie zufrieden waren Sie ganz allgemein mit ...



- sehr zufrieden
- zufrieden
- weniger zufrieden



Quelle: Evaluierung VieVinum 2024, marketmind

Zitate aus der Evaluierung:

„A big thank you for the great event! In my opinion, VieVinum and all the side fairs are the best organized fairs in Europe.“

„Sehr gute Weine und Veranstaltung.“

„Through this trade show, I could once again feel that Austria is the only country that is consistent from sparkling wine to sweet wine quality and attracts worldwide attention. Thank you very much for this valuable opportunity.“

„The quality of Austrian wines is always improving and I am impressed every year.“

„Die Messe hat Lust gemacht, noch mehr Weinbauregionen zu besuchen.“

„The service I received from Austrian Wine is the finest I have experienced anywhere in the world from an industry body and stands as the defining standard of how other generic bodies should operate.“

„Keep up the great service. I had no idea what to expect and now I have had such an incredible experience, I'm eager to get back to Austria and visit other winemaking regions of Austria!“

„Wieder großartig organisiert. Vielen Dank für die beste Weinmesse der Welt, in der schönsten Stadt der Welt.“



1.203

Fachgäste aus aller Welt



638
Gäste aus
Handel



304
Gäste aus
Gastronomie

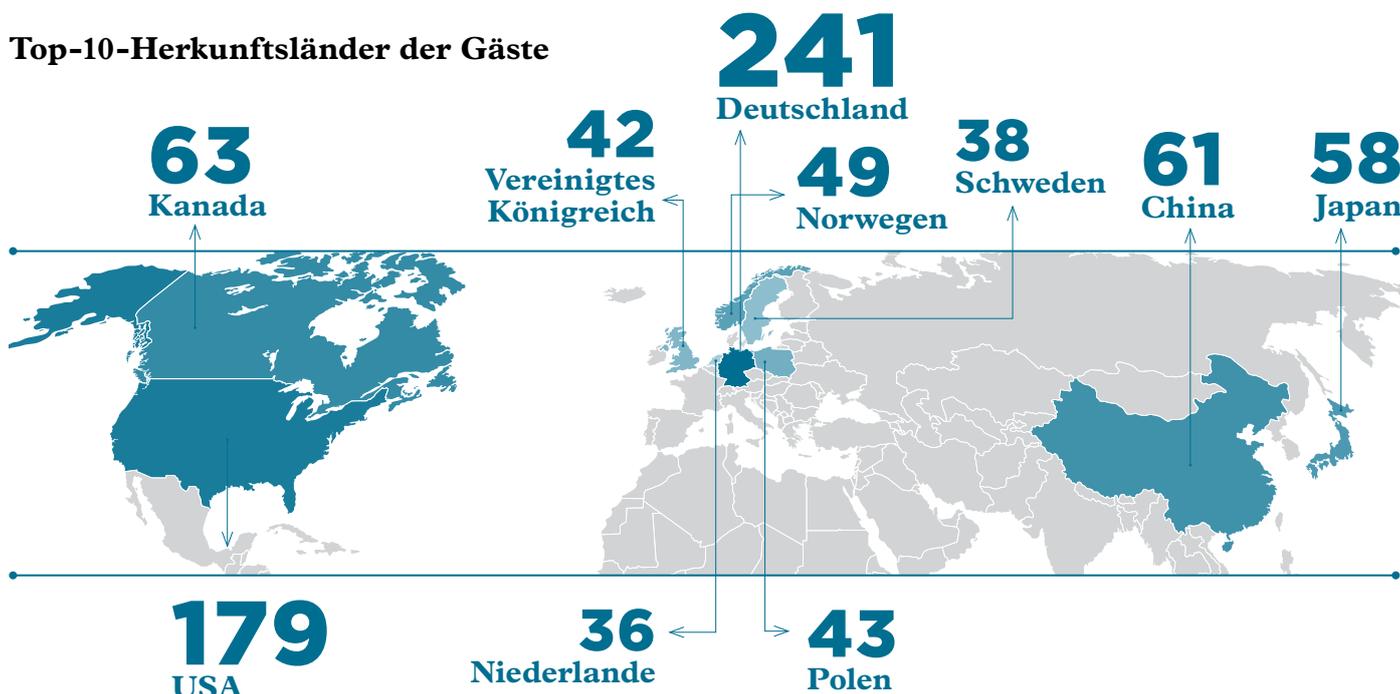


138
Gäste aus
Presse



123
weitere
Weinexpert*innen

Top-10-Herkunftsländer der Gäste



EXPORTENTWICKLUNG

Die wirtschaftliche Lage bleibt global schwierig. Das schlägt sich auch in den Exportzahlen nieder, die 2024 zum ersten Mal nach vielen Jahren wieder leicht einknicken; hauptverantwortlich dafür war eine spezifische Entwicklung auf dem deutschen Markt. Insgesamt wurde von Jänner bis September Wein im Wert von 175,3 Mio. Euro exportiert, 5,1 % weniger als im Vorjahr. Die exportierte Menge blieb stabil. Der Durchschnittspreis betrug damit 3,65 Euro pro Liter.

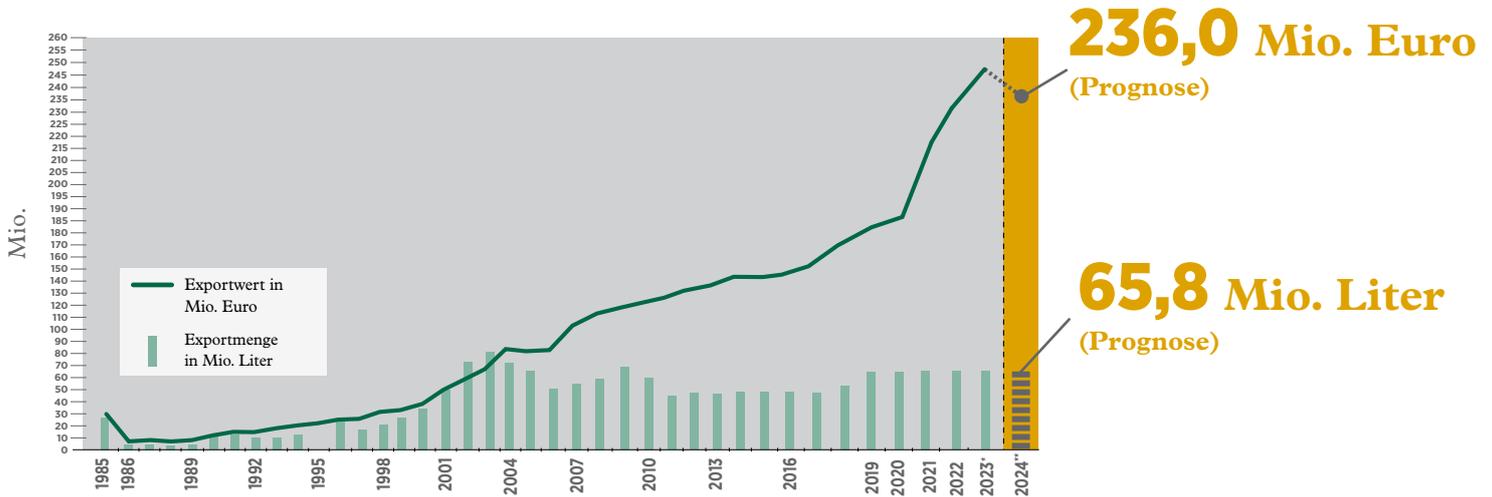
Wie bereits im Jahr 2023 wiesen auch 2024 viele Länder eine geringe Wirtschaftsdynamik auf. Insbesondere galt dies für den EU-Wirtschaftsraum, der im internationalen Vergleich nur unterdurchschnittlich wuchs. In Kombination mit den gestiegenen Preisen der letzten Jahre sorgte diese Entwicklung für eine negative Grundstimmung bei den Verbraucher*innen, die die Kauflust und Preisbereitschaft hemmte.

Dementsprechend zeigten auch Österreichs Weinexporte in den ersten drei Quartalen 2024 nach Jahren des konstanten Aufschwungs erstmals wieder leicht nach unten. Zwar blieb die Exportmenge mit 48 Mio. Litern fast identisch zum Vorjahreszeitraum (-0,1 %), jedoch gab der Exportwert um 5,1 % auf 175,3 Mio. Euro nach (sh. Abb. 2).

Zurückzuführen ist diese Delle u. a. auf den Hauptexportmarkt Deutschland, der 2023 durch Einmalexporte im Fla-

schensegment einen außergewöhnlich starken Wertanstieg verzeichnet hatte. 2024 gab der Exportwert wieder um 9,4 % nach, lag aber immer noch knapp 10 % über 2022. Auch die nächstwichtigen Exportländer Schweiz (-18,8 %), Niederlande (-5,7 %) und die USA (-3,6 %) bilanzierten 2024 beim Exportwert negativ. Anders die nordischen Märkte: Sie zeigten mit 1 % Exportwertzuwachs nach oben, wenngleich weniger stark als in den vergangenen Jahren. Im rasant wachsenden Exportmarkt Kanada stieg die Nachfrage unvermindert an und sorgte für ein sattes Plus von 16,9 % beim Exportwert.

Bei Redaktionsschluss lagen die Exportzahlen für das letzte Quartal 2024 (Oktober–Dezember) noch nicht vor. Es ist jedoch davon auszugehen, dass der Exportwert über das gesamte Jahr negativ bilanzieren wird, während die Menge zum Vorjahr stabil bleiben könnte (sh. Abb. 1).



* Quelle: Statistik Austria, finale Exportzahlen I–XII 2023 (Stand Juni 2024)

** Quelle: Prognose ÖWM. Exportdaten für das Gesamtjahr 2024 bei Druckunterlagenschluss noch nicht verfügbar.

Vorläufige Exportzahlen für das Gesamtjahr 2024 abrufbar ab Mitte März 2025 unter oesterreichwein.at > Presse & Multimedia > Statistik
Die Erhebungsmethode von Statistik Austria beinhaltet auch Reexporte nicht-österreichischer Weine.

Abb. 1

Weinexporte I–IX 2024 | Wichtigste Exportländer

	I–IX 2024		Veränderung zu I–IX 2023		I–IX 2024
	1.000 L	1.000 €	L in %	€ in %	€/L
Gesamt	48.007	175.256	-0,1	-5,1	3,65
Flaschenwein	38.298	164.424	-5,5	-5,9	4,29
Fasswein	9.709	10.832	+29,3	+7,9	1,12
Deutschland	28.641	73.027	±0,0	-9,4	2,55
Nordics*	3.638	20.397	+1,2	+1,0	5,61
Vereinigte Staaten	2.481	15.028	-3,5	-3,6	6,06
Niederlande	3.682	14.088	-8,0	-5,7	3,83
Schweiz	1.881	13.311	-31,9	-18,8	7,08
Kanada	1.655	11.169	+19,2	+16,9	6,75
Asien**	402	3.737	-23,9	-23,2	9,29
Vereinigtes Königreich	407	2.155	-17,5	-16,1	5,30

* Norwegen, Schweden, Finnland, Dänemark

** Japan, China, Südkorea, Hongkong, Singapur

Quelle: Statistik Austria, vorläufige Exportzahlen I–IX 2024 (Stand Dezember 2024)

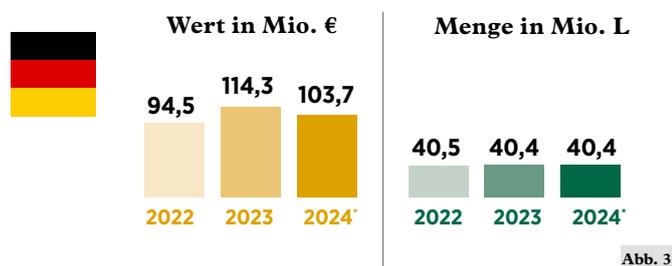
Die Erhebungsmethode von Statistik Austria beinhaltet auch Reexporte nicht-österreichischer Weine.

Abb. 2

Entwicklung in Haupt- und Potenzialmärkten

Der Knick beim Exportwert steht im Kontext des steilen Anstiegs von 2022 auf 2023, der 2024 nicht gehalten werden konnte. Insbesondere der Hauptexportmarkt Deutschland pendelte sich nach einem ungewöhnlich hohen Zuwachs wieder ein. Während die Schweiz und die USA zwischen 2022 und 2024 nach unten zeigten, entwickelten sich mehrere Potenzialmärkte in diesem Zeitraum sehr positiv.

Deutschland



Österreichs wichtigster Exportmarkt zeigte von 2022 bis 2024 eine Steigerung beim Exportwert von über 9 % bei stabilen Mengen (sh. Abb. 3). Damit konnte auch der Durchschnittspreis um knapp 10 % gesteigert werden. Einmalexporte im Flaschensegment sorgten 2023 für einen statistischen Ausreißer nach oben. 2024 machte sich der generell rückläufige Weinmarkt in Deutschland bemerkbar, dazu gesellte sich wieder die traditionell hohe Preissensibilität Deutschlands. Beides verschärfte den Verdrängungswettbewerb, sodass sich der Exportwert nach der Spitze 2023 im Jahr 2024 wieder auf ein solides Niveau einpendelte.

Unterstützende Export-Maßnahmen der ÖWM 2024:

- Ausbau großer Handelskooperationen: u. a. mit EDEKA, Hawesko, Lobenberg, Jacques' Weindepot und Tesdorpf
- Medienkooperationen: u. a. mit Falstaff, Vinum, Feinschmecker und Meininger
- Veranstaltungen: u. a. ProWein Düsseldorf und Start des neuen Wein-und-Kulinarik-Konzepts „Über den Tellerrand“ in Köln
- Reiseunterstützung für Fachpersonen nach Österreich

Schweiz



Seit 2022 verzeichnen die Weinexporte in die Schweiz deutliche Rückgänge bei Wert und Menge. Gründe sind u. a. staatliche Förderungen für Schweizer Weine sowie ein stark rückläufiger Rotweinmarkt. Die veränderten Marktbedingungen erfordern neue Strategien für nachhaltiges Wachstum.

Unterstützende Export-Maßnahmen der ÖWM 2024:

- Handelskooperationen: u. a. mit Online.Weinhandel Flaschenpost, Handelswettbewerb „Best of Österreich“ mit dem Magazin Vinum
- Fokus auf Handel & Gastronomie: Flightverkostung in Zürich, Masterclass in Basel, Schulungen an Hotelfachschulen
- umfangreiche Medienkooperationen u. a. mit dem Vinum-Magazin, Falstaff, Schweizerische Weinzeitung
- Reiseunterstützung für Fachpersonen nach Österreich

USA



Seit 2022 zeigt sich auch der US-Weinexport rückläufig, bedingt durch verändertes Konsumverhalten und wirtschaftliche Unsicherheiten. 2024 stabilisierte sich der Markt bis September teilweise, und der Rückgang konnte gebremst werden. Der Durchschnittspreis stieg auf knapp über 6 Euro pro Liter.

Unterstützende Export-Maßnahmen der ÖWM 2024:

- Handelskampagne & Medienkooperationen mit Fokus Westküste & Ostküste
- Veranstaltungen: u. a. A Close Look at New York & Chicago sowie Masterclasses in Miami & Los Angeles
- Weinsammeltransporte für Fachmedien zur Bewertung österreichischer Weine
- Reiseunterstützung für Fachpersonen nach Österreich

Kanada



Kanada hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Potenzialmarkt für österreichischen Wein entwickelt. Besonders in Quebec wird der Trend zu frischen Weinen aus Österreich stark angenommen und weiter ausgebaut. Die positive Dynamik unterstreicht die Bedeutung dieses Marktes für die Zukunft.

Unterstützende Export-Maßnahmen der ÖWM 2024:

- Handelskampagnen mit dem Alkoholmonopol SAQ
- Veranstaltungen: u. a. Austrian Wine Olympics in Montreal (= neues Konzept mit Fokus auf Sommellerie)
- Reiseunterstützung für Fachpersonen nach Österreich

Nordics



Die nordischen Länder zeigen seit 2022 eine starke Entwicklung. Insbesondere Schweden und Dänemark konnten den Import steigern. Kooperationen mit lokalen Monopolen und der Gastronomie tragen maßgeblich dazu bei. Auch das Umweltbewusstsein findet hier besonderen Anklang und fördert die Nachfrage nach entsprechenden österreichischen Weinen.

Unterstützende Export-Maßnahmen der ÖWM 2024:

- Veranstaltungen: Masterclass Stockholm
- Reiseunterstützung für Fachpersonen nach Österreich
- Handels-, Gastrounderstützung & Medienkooperationen
- Weinsammeltransporte für Fachmedien
- Unterstützung für Sommeliervereinigungen

* Quelle 2022/23: Statistik Austria, Quelle 2024: Prognose ÖWM. Exportdaten für das Gesamtjahr 2024 bei Druckunterlagenschluss noch nicht verfügbar.



EXPORTMÄRKTE

139
AKTIVITÄTEN*
 13 Formate mit Winzer*innen-
 Beteiligung

5.406
 präsentierte Weine

606
 vertretene Weingüter

*Veranstaltungen, Wein-Sammeltransporte etc.

37
 Fachreisen nach
 Österreich mit

187
 Gästen aus
 9 Ländern mit

326
 Weingutsbesuchen

11
 Sammeltransporte
 für Verkostungen Dritter mit

1.434 Weinen

20 Events
 Dritter in
 9 Ländern
 unterstützt

61 Masterclasses/
 Seminare/
 kommentierte
 Verkostungen

in **13**
 Ländern

741
 präsentierte Weine

MEDIENECHO

13.512
 Artikel in
4.999 Medien

Top-Themen:
Riesling
Burgenland
Wachau

Werbeäquivalenzwert: **€ 201,9 Mio.**

Beobachtungszeitraum: 1.1.-1.12.2024

88
 Anzeigen

50 Online-Kooperationen
 (Newsletter, Social-Media-Beiträge, Banner,
 Landing Pages, Online-Artikel, Podcasts, TV)

20 vereinbarte Advertorials/
 Artikel in Print-Medien in **16** Ländern

ONLINE-MARKETING

61.455
 Follower*innen

284.993
 Website-Sitzungen
Sitzung = 1 Person aus einem Exportmarkt,
 die über einen längeren Zeitraum die Website nutzt

+10,4%
 im Vergleich
 zum Vorjahr

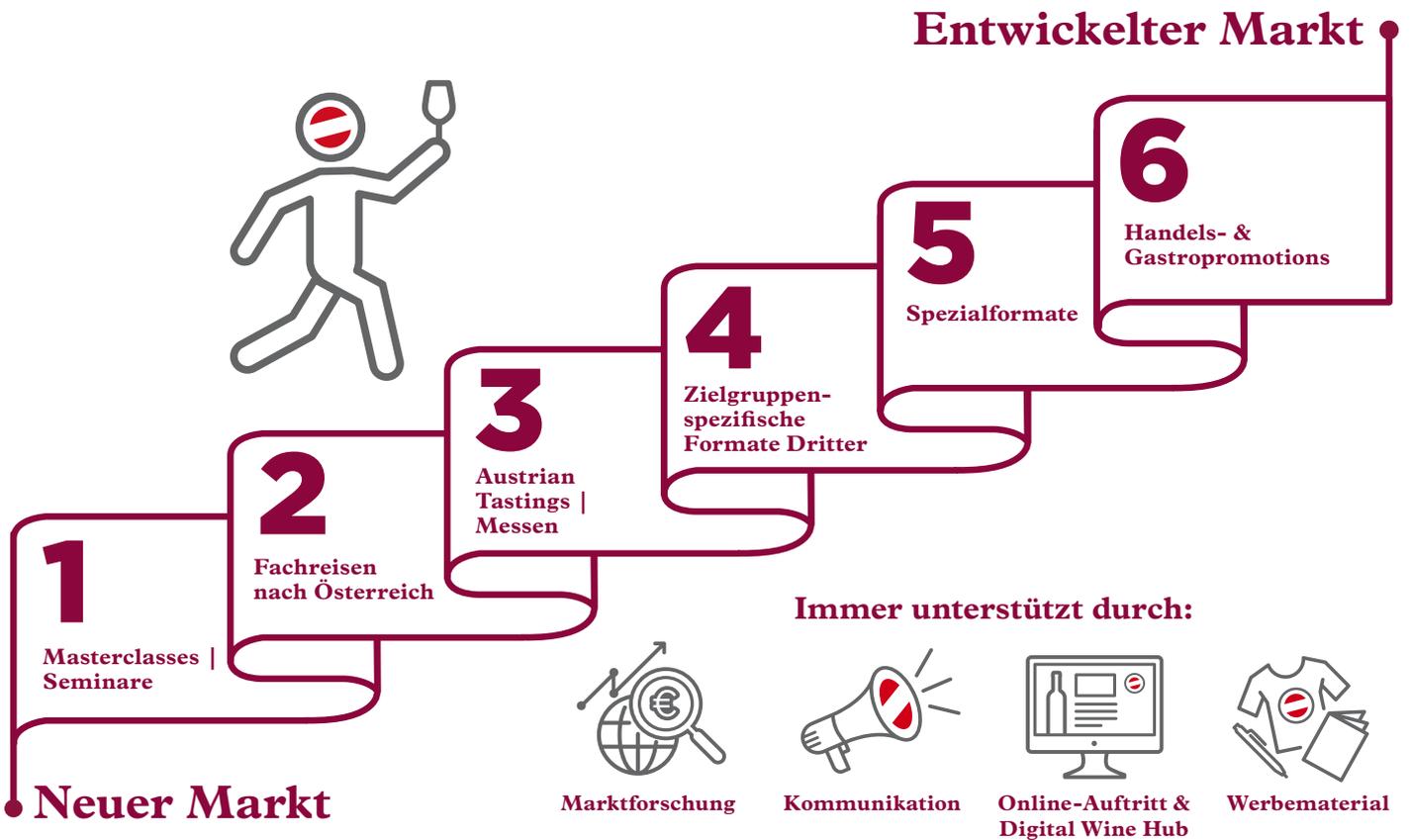
6
 Newsletter

6.633
 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

Masterclasses und Seminare sind für die ÖWM ein geeignetes Werkzeug, um erste Schritte in neuen Märkten zu setzen oder Themen in bestehenden Märkten zu vertiefen. 2024 wählte sie eine breite Palette an Themen, um auf viele verschiedene Zielgruppen einzugehen.

Masterclasses im Vereinigten Königreich (UK)



Manchester entdeckte Österreichs Weinstile



25

Teilnehmer*innen

38

präsentierte Weine

Auch abseits von London wächst in Großbritannien das Interesse an österreichischem Wein: Die ÖWM veranstaltete deshalb im November 2024 zwei Masterclasses mit Verkostungsbars in Manchester und Edinburgh. Beide wurden von der renommierten Weinexpertin und frisch gekürten Bacchuspreisträgerin Anne Krebiel MW gehalten. Das Angebot an den Weinbars war maßgeschneidert: In **Edinburgh** konnten die Gäste Weine mit klassischer Stilistik kosten und Inspiration für die Feiertage sammeln. In **Manchester** lag der Fokus auf alternativen Weinstilen, passend zum alternativ-kreativen Charakter der Stadt.

Masterclasses in den USA

65 Teilnehmer*innen **33** präsentierte Weine

Der US-Bundestaat Florida ist ein aufstrebender Markt für den österreichischen Wein. Im März 2024 organisierte die ÖWM daher in **Miami** eine Masterclass zum Thema „Wo Tradition auf Innovation trifft“ mit den Expert*innen Lyn Farmer und Amanda Fraga. Sie präsentierten den interessierten Gästen eine breite Palette an österreichischen Weinstilen.

Auch im Westen der USA ist die Nachfrage nach österreichischem Wein gestiegen. In **Los Angeles** veranstaltete die ÖWM eine Masterclass für Fachbesucher*innen, die ihr Wissen über Wein aus Österreich vertiefen wollten. Top-Sommelier Taylor Parsons bot faszinierende Einblicke in die neuesten Weintrends.



Masterclass in Miami



Teilnehmer*innen der Masterclass in Los Angeles

Masterclasses in Australien

70 Teilnehmer*innen **31** präsentierte Weine

Austria goes Australia: In den drei größten Städten des Landes, nämlich **Sydney**, **Melbourne** und **Brisbane**, organisierte die ÖWM 2024 eine „Roadshow“ mit je einer Masterclass. Der australische Weinfachmann Mike Bennie gab dem Fachpublikum einen detaillierten Einblick in Österreichs Weinvielfalt. Beim anschließendem Walk-around Tasting konnten lokale Importeur*innen ihr Portfolio von österreichischen Weinen präsentieren. Außerdem organisierte die ÖWM den Weintransport für zwei Masterclasses, die von den Masters of Wine Stephen Wong, Annette Lacey und Edward Ragg in **Adelaide** gehalten wurden.



Masterclass in Australien mit Mike Bennie

STUFE

2

Fachreisen nach Österreich

*Auch abseits der VieVinum fanden 2024 zahlreiche Fachreisen in die österreichischen Weinbaugebiete statt. Diese unterstützte die ÖWM mit Planung, Reiseorganisation oder Finanzierung, um Fachleuten das Verkosten der Weine vor Ort und den direkten Kontakt mit den Winzer*innen zu ermöglichen.*

Pressereisen aus Skandinavien

Im Frühjahr besuchte das dänische Weinmagazin **DinVinguide** elf Weingüter im Kamp- und Kremstal. Die schwedische Zeitung **Svenska Dagbladet** wiederum erkundete sechs Betriebe im Burgenland. Beide Medien veröffentlichten umfangreiche Artikel, die die Vielfalt österreichischer Weine hervorhoben.

Fachreisen rund um die VieVinum

155 internationale Fachbesucher*innen nutzten die Zeit rund um die VieVinum, um Österreichs Weinbaugebiete zu bereisen (sh. S. 21). So erkundeten u. a. Gruppen aus den **USA**, **Großbritannien**, **Skandinavien**, **Japan** und **Kasachstan** die Vielfalt der Weine an ihren Entstehungsorten und knüpften persönlichen Kontakt zu den Winzer*innen.

Simon J. Woolf: Inspiration für Sommellerie

Im August reisten der Journalist Simon J. Woolf und acht niederländische Fachleute aus Sommellerie und Weinhandel in die Steiermark. Der Besuch von 25 Weingütern mit Fokus auf Biodynamie eröffnete den Teilnehmer*innen neue Perspektiven zum österreichischen Wein.



Reisegruppe mit Simon J. Woolf (3. v. r.)

3 Messen

Die Teilnahme an Fachmessen war auch 2024 ein zentraler Bestandteil, um Image und Absatz des österreichischen Weins international zu stärken. Die ÖWM organisierte Gruppenauftritte auf zahlreichen Messen, wodurch die Weingüter von günstigeren Konditionen und zusätzlichen Möglichkeiten für Marketing und Networking profitieren.

Millésime Bio und Vinexpo Paris

In Frankreich fanden Anfang des Jahres die zwei bedeutendsten Fachmessen des Landes statt: Die **Millésime Bio** in Montpellier bot 46 österreichischen Weingütern die Chance, ihre Weine auf der weltgrößten Bioweinmesse zu präsentieren. Die ÖWM veranstaltete ein Get-together, um Fachleute mit den Winzer*innen zu vernetzen, sowie eine Masterclass zum Thema „100 Jahre Rudolf Steiner“, moderiert von Romana Echensperger MW.

Zwei Wochen später ging es in der Hauptstadt weiter: 56 Weingüter demonstrierten auf der **Vinexpo Paris** die Vielseitigkeit österreichischer Weine. Die ÖWM organisierte eine Verkostungsbar und eine Masterclass mit Raimonds Tomsons, dem „ASI Best Sommelier of the World 2023“. Die Teilnehmer*innen erfuhren dort, wie vielfältig Grüner Veltliner sein kann.



46
teilnehmende Betriebe
an der Millésime Bio

56
teilnehmende Betriebe
an der Vinexpo Paris



Masterclass mit Romana Echensperger MW bei der Millésime Bio



ÖWM Verkostungsbar auf der Vinexpo Paris

ProWein Düsseldorf

198
präsentierte Betriebe

2.500
präsentierte Weine



Masterclass mit Sebastian Russold

14
Masterclasses

400
Teilnehmer*innen bei den Masterclasses



Österreich-Halle auf der ProWein Düsseldorf

Die ProWein Düsseldorf gilt als Europas bedeutendste Wein-fachmesse. 2024 war sie mit rund 200 ausstellenden Weingütern und 2.500 Weinen Österreichs wichtigster Messeauftritt im Ausland. An ihrem Messestand bot die ÖWM 14 Masterclasses und einen Verkostungsbereich zu Österreichs Weinvielfalt an. Tausende internationale Fachbesucher*innen lernten so die Qualität österreichischer Weine im Detail kennen. Am ersten Messtag lud die ÖWM mit der Sommelier-Union Deutschland zu einem exklusiven Get-together für Sommeliers und Sommelieren. Außerdem engagierte sie den Wein-Influencer Toni Askitis, bekannt als #AskToni, der einen Tag lang Wein aus Österreich präsentierte und jüngere Zielgruppen ansprach.

ProWine Shanghai

36
präsentierte Betriebe

151
präsentierte Weine



Der österreichische Messestand auf der ProWine Shanghai 2024

Auch 2024 war die ÖWM wieder bei der ProWine Shanghai vertreten. Sie war Teil eines eigenen WKO-Gruppenstandes, an dem insgesamt 151 Weine von 36 österreichischen Weingütern zur Verkostung standen.



Sechs Masters of Wine aus China besuchten den Österreich Stand beim Get-Together

Ein Highlight: Beim „Skin2Skin Symposium“ präsentierte Debra Meiburg MW 80 chinesischen Fachpersonen die herausragenden Orange-Wine-Qualitäten Österreichs. Ein Get-together der ÖWM mit Julien Boulard MW rundete die Leistungsschau des österreichischen Weins in China ab. Sechs Masters of Wine besuchten dafür den ÖWM Stand.

4

Zielgruppenspezifische Formate Dritter

Neben herkömmlichen Formaten wie Messen entstehen weltweit innovative Events, die punktgenau wichtige Zielgruppen ansprechen. Die ÖWM beteiligt sich an diesen oder unterstützt österreichische Winzer*innen bei der Teilnahme, um diese Zielgruppen mit österreichischem Wein in Kontakt zu bringen.

Star Wine List

Star Wine List ist ein Guide für herausragende Weinbars und Weinrestaurants mit Empfehlungen aus über 40 Ländern. Jährlich zeichnet der Wettbewerb „Star Wine List of the Year“ außerdem die besten Weinkarten aus – darunter die beste

„Austrian Wine List“ in Kooperation mit der ÖWM. Viele der Gewinner*innen wird die ÖWM zur VieVinum 2026 einladen, um ihre Bindung an den österreichischen Wein noch zu stärken.

International Wine & Spirits Competition (IWSC)



Begeisterte IWSC-Juror*innen im Gastgeber-Gebiet Niederösterreich

Die ÖWM holte im August 13 Juror*innen des renommierten Wettbewerbs für eine Weinreise in das Gastgeber-Gebiet Niederösterreich. Neben zahlreichen Erlebnissen verkosteten sie dort 355 österreichische Weine von 110 Betrieben. Die strenge Verkostung ergab 13 Gold-, 157 Silber- und 171 Bronze-medailen.



110
Weingüter

355
verkostete Weine

170
Gold- &
Silbermedaillen



Die Juror*innen bestätigten damit die hohe Qualität der heimischen Weinvielfalt. Zusätzlich organisierte die ÖWM den Sammeltransport von prämierten Weinen nach London, wo diese im Rahmen einer exklusiven IWSC-Verkostung dem Fachpublikum präsentiert wurden. 30 österreichische Weingüter waren vor Ort dabei.



mehr Informationen: iwsc.net

Hongkong International Wine & Spirits Competition (HKIWSC)

26
präsentierte
Weingüter

29
präsentierte
Weine



Konzentriertes Verkosten bei der HKIWSC

Hongkong gilt als Hochburg der Top-Gastronomie und des internationalen Weinhandels in Asien. Im Rahmen der HKIWSC im September 2024 lud die ÖWM gemeinsam mit der lokalen Weinexpertin Debra Meiburg MW zu einem Wein-Brunch mit Schwerpunkt österreichischer Sekt und einem Abendessen begleitet von österreichischen Weinen. Die Gäste beider Veranstaltungen waren hochkarätige Juror*innen des Bewerbs.

Association de la Sommellerie Internationale (ASI)

150
Teilnehmer*innen

75
präsentierte Weine



Masterclass „Wine with a conscience: Organic and biodynamic wines from Austria“

Im November 2024 war Belgrad Gastgeber des ASI-Wettbewerbs „Best Sommelier of Europe, Africa & Middle East“. Die ÖWM organisierte ein umfangreiches Rahmenprogramm, um den Gästen den österreichischen Wein in all seinen Facetten näherzubringen. Zu den Highlights zählten vier Weinbars, ein Walk-around Tasting und eine exklusive Masterclass für 150 internationale Top-Sommeliers und -Sommeliären.

STUFE

5

Spezialformate

Weiter entwickelte Märkte bieten der ÖWM die Möglichkeit, mit sehr individuellen Veranstaltungsformaten engere Zielgruppen zu erreichen. Bewährte Reihen wie Flight Tastings fanden 2024 ebenso statt wie neue, kreative und attraktive Konzepte.

A Close Look at NYC & Chicago

Im Juli reiste die ÖWM mit einer Delegation österreichischer Winzer*innen in die USA, um in **New York City** und **Chicago** Beziehungen aufzubauen und das Potenzial österreichischer Weine zu zeigen. Besuche bei führenden Gastronomie- und Handelsbetrieben ermöglichten direkte Gespräche und somit tiefe Einblicke in die Marktstrukturen. In einem innovativen Speed-Dating-Format präsentierten die Weingüter die Besonderheiten ihrer Betriebe und einen ausgewählten Wein. Diese Aktivitäten schufen eine starke Basis für die weitere Zukunft österreichischer Weine in den USA.

A CLOSE LOOK



7 teilnehmende Weingüter



40 besuchte Gastronomie- & Handelsbetriebe




Teilnehmende Winzer*innen beim ACLA in New York

Köln & Montreal: Neue Wege der Präsentation



69 präsentierte Weingüter



123 präsentierte Weine



170 Teilnehmer*innen



Österreich Wein Spieltisch in Köln



Bei den „Austrian Wine Olympics“ in Montreal

Im September und Oktober setzte die ÖWM in Köln und Montreal auf neue interaktive Formate. In Köln sorgte das innovative „Über den Tellerrand“-Event mit Wein-Bingo und außergewöhnlicher Food-Pairing-Blindverkostung für Aufmerksamkeit beim Fachpublikum. Diese spielerischen Elemente stellten österreichischen Wein auf einzigartige Weise ins Rampenlicht.

Die „Austrian Wine Olympics“ in Montreal bauten auf diesem Konzept auf. An interaktiven Stationen konnten Teilnehmer*innen ihre Expertise in thematischen Blindverkostungen und Food Pairings testen. Diese lockere, aber fokussierte Umgebung förderte den Dialog und vertiefte das Wissen über österreichischen Wein.

Flight Tasting Zürich



Österreich Wein sagte „Pröschtl“ in Zürich



92 präsentierte Weingüter



92 präsentierte Weine



45 Teilnehmer*innen

Ende Oktober bot das Flight Tasting in Zürich Fachleuten der Schweizer Weinbranche die Gelegenheit, über 90 Weine in thematischen Flights zu verkosten.

Eine Weinbar und ein leichtes Mittagessen schufen Raum für Gespräche und den Austausch von Eindrücken. Dieses Format zeigte die Vielfalt österreichischer Weine und ermöglichte Fachgespräche auf hohem Niveau.

STUFE

6

Handelspromotions

Auf entwickelten Märkten sind österreichische Weine zunehmend präsent. Um ihren Absatz und ihre internationale Sichtbarkeit zu stärken, arbeitet die ÖWM eng mit Handelsunternehmen zusammen – vom Lebensmitteleinzelhandel (LEH) bis zum Fachhandel.

Kanada: SAQ-Kampagne



Der kanadische Markt wächst stark und bietet weiterhin großes Potenzial. Daher startete die ÖWM 2024 gemeinsam mit der Kommunikationsagentur Hopscotch Season eine Kampagne für Quebec über das Alkoholmonopol SAQ. Auf der einen Seite gab es für Kund*innen exklusive Anreize für den Kauf österreichischer Weine. Auf der anderen Seite wurde das Personal von Sommelière Isabel Bordeleau zum Thema österreichische Weine geschult. Als Ergebnis dieser und weiterer Bemühungen im kanadischen Markt wurden in den über 400 SAQ-Märkten eigene „Austrian wine“-Kategorien in den Regalen eingerichtet.

Handelskooperationen Deutschland

Im deutschen Markt intensivierte die ÖWM 2024 ihre Aktivitäten im Handel. Gemeinsam mit **EDEKA** wurden Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung über die rot-weiß-rote Banderole umgesetzt, begleitet von einer Doppelseite im Magazin Mit Liebe (Auflage: 1,6 Millionen). Eine Social-Media-Kampagne mit dem Händler **Lobenberg** legte den Fokus auf Weiß- und Schaumweine, ergänzt durch einen Gemeinschaftsstand bei der **Rolling Pin.Convention**. Zudem bewarben Fachhändler wie **Hawesko**, **Jacques' Weindpot** und **Citti** auf Initiative der ÖWM österreichischen Wein auf ihren Plattformen und in ihren Filialen.



Doppelseite im Magazin Mit Liebe

Durch diese vielfältigen Aktivitäten konnte die ÖWM die Sichtbarkeit österreichischer Weine im hart umkämpften deutschen Markt weiter steigern und ihr Standing nachhaltig stärken.

UK: Waitrose Store Tastings

Waitrose ist eine führende britische Supermarktkette, bekannt für ihren Fokus auf Qualität sowie ihre hochwertig sortierte Weinabteilung. Im August organisierte die ÖWM in 35 Filialen „Store Tastings“ mit Weinen aus Österreich. Es standen jeweils vier Weine von ebenso vielen Weingütern zur Verkostung, die großen Anklang fand. Dies förderte bestehende Listungen und stärkte das Bewusstsein der Kund*innen für Österreich als Weinland.



+46 %

Verkauf österreichischer Weine im
Vergleich zum Vorjahreszeitraum



Österreichische Weine begeisterten in 35 Waitrose-Filialen

INTERNATIONALE MEDIENKOOPERATIONEN

Die ÖWM setzt auf internationale Medienkooperationen, um Fachpublikum und Konsument*innen weltweit zu erreichen. Durch Partnerschaften mit führenden Magazinen und Online-Medien entstehen Artikel, Beiträge, Newsletter, Wettbewerbe und Sonderbeilagen zu österreichischem Wein. Hier die Highlights 2024.

Im vergangenen Jahr unterstützte die ÖWM gezielt Wettbewerbe, Medienverkostungen und organisierte Sammeltransporte dafür. So konnten zahlreiche Weingüter ihre Spitzenweine bei

bedeutenden Verkostungen und in führenden Weinmedien präsentieren, um den Multiplikatoreffekt dieser Plattformen nutzen.

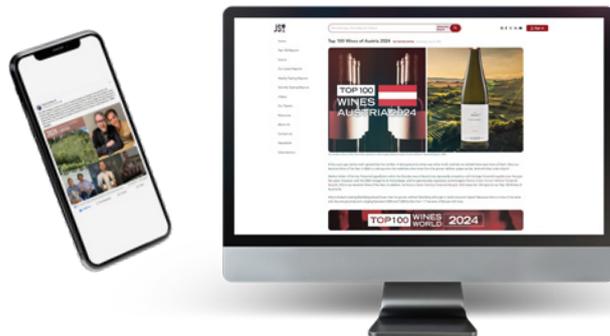
Wine Enthusiast: über 400 neue Weine auf dem US-Markt verkostet



Aleksandar Zecevic verkostete über 400 österreichische Weine

Der renommierte Weinbewerter Aleksandar Zecevic verkostete für das US-Magazin Wine Enthusiast im Frühjahr 417 österreichische Weine von 105 Weingütern, die seit 2024 in den USA erhältlich sind. Die Ergebnisse wurden online präsentiert und verdeutlichten das Potenzial österreichischer Weine auf den internationalen Märkten.

Höchstbewertungen bei jamessuckling.com



Im Herbst organisierte die ÖWM einen Sammeltransport mit 305 Weinen von 57 österreichischen Betrieben nach Hongkong. Das Ziel: eine Verkostung bei James Suckling, einem der renommiertesten internationalen Weinkritiker mit über vier Millionen Leser*innen weltweit. Bei dieser und weiteren Verkostungen erhielten 82 Weine über 95 Punkte, vier davon sogar die Höchstbewertung von 100 Punkten. Vier Weine schafften es außerdem unter die besten Hundert weltweit – einer davon auf dem ausgezeichneten dritten Platz.

Vinum: „Best of Österreich“-Wettbewerb



In der Schweiz-Ausgabe des Vinum-Magazins initiierte die ÖWM einen „Best of Österreich“-Wettbewerb, der darauf abzielte, die Qualität und Marktpräsenz österreichischer Weine in der Schweiz zu zeigen. 43 Schweizer Händler*innen reichten dafür 382 Weine aus ihrem Österreich-Portfolio ein. 14 Expert*innen bewerteten die Einreichungen in neun Kategorien. Die im September veröffentlichten Ergebnisse unterstützen die Spitzenposition österreichischer Weine im internationalen Vergleich und sollen gleichzeitig als Ratgeber für Weinkonsument*innen und -profis dienen.

Vinous: Recherche, Sammeltransport, Berichterstattung

Anne Krebiel MW besuchte mit Unterstützung der ÖWM über 60 Weingüter für das britische Magazin Vinous und vertiefte ihre Expertise zu österreichischen Weinen, die in mehreren Artikeln Ausdruck fand. Ein zusätzlicher Sammeltransport von 71 Schaumweinen nach London führte zu einem umfangreichen Artikel über Österreichs prickelnde Schätze.



Weitere spannende Artikel finden Sie in unseren Pressespiegel-Highlights: [oesterreichwein.at](https://www.oesterreichwein.at)

Social-Media-Fokus in Kanada und den USA

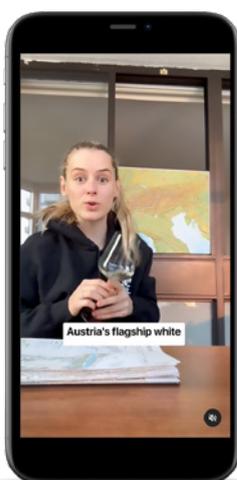


Wine Folly

>1.200 Likes

63 Kommentare

600.000 Follower*innen (FB+IG)



Cokiesworldofwine

>6.500 Likes

133 Kommentare

470.000 Follower*innen



Wine Enthusiast

591.602 Impressionen

Um ein breiteres Publikum anzusprechen, setzte die ÖWM 2024 in Nordamerika verstärkt auf Social-Media-Kooperationen. Dank dieser finden etwa Nutzer*innen der App **Vivino** nun eine Übersicht über das Weinland Österreich auf einer eigenen Info-Seite. Mit der US-amerikanischen Plattform **Wine Folly** entstand ein Reel auf Facebook und Instagram, das den insgesamt 600.000 Follower*innen auf spielerische Art Fakten über Österreichs Weinbau vermittelte.

Die kanadische Influencerin **Cokie** (@cokiesworldofwine) stellte auf ihrem Instagram-Kanal den Grünen Veltliner vor – über 6.500 Personen gaben ein Like. Mit den wichtigsten österreichischen Rebsorten beschäftigte sich auch das US-Weinfachmagazin **Wine Enthusiast** via Facebook, Instagram und LinkedIn. Diese Aktionen mit Multiplikator*innen steigerten die Bekanntheit österreichischer Weine über die USA und Kanada hinweg.

Vinum

Artikel von Paul Kern zu umweltbewussten Weinbau



118 präsentierte Betriebe im Dossier-Verkostungsteil

163 verkostete Weine für den Dossier-Verkostungsteil

Meininger Verlag

Der deutsche Meininger Verlag ist der führende Weinfachverlag Europas und ein langjähriger Partner der ÖWM. Das Highlight der Kooperation 2024: Für **Meiningers Weinwelt** organisierte die ÖWM eine dreitägige Pressereise, bei der Chefredakteurin Ilka Lindemann acht Weingüter in Niederösterreich, Wien und dem Burgenland besuchte. Die Ergebnisse verarbeitete Lindemann in einem zehnteiligen Artikel über den umweltbewussten Weinbau in Österreich, dessen Vielfältigkeit und das Verantwortungsgefühl der Winzer*innen für die Natur.



Artikel von Harald Scholl zu Rotweinen aus Österreich



Artikel von Ilka Lindemann zum Thema „Umweltbewusstes Österreich“

110.000 Einzelne Besucher*innen pro Monat
meininger.de & meininger-international.com

Auch mit dem Fachmagazin Vinum (DE+CH) kooperierte die ÖWM. 2024 entstand zum wiederholten Mal ein eigenes Österreich-Dossier, diesmal mit Schwerpunkt Thermenregion und Umweltbewusstsein im Weinbau sowie mit einer Verkostung von Rot- und Alternativweinen. Zudem organisierten ÖWM und Vinum mehrere Masterclasses in München, bei denen Weinjournalist Harald Scholl 80 Fachleuten Sekt Austria und Rotweine aus Österreich präsentierte.

MARKETING WEINBAUGEBIETE

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

Diese Zuteilung 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 Profilierungsüberlegungen ein. Auch 2024 konnten die Gebiete in Zusammenarbeit mit der ÖWM umfangreiche Projekte realisieren.

Burgenland: Verkostungen im edlen Rahmen

Das Burgenland präsentierte sich im Frühjahr mit großem Erfolg bei den Verkostungen „Auf ein Glas Burgenland!“ in Linz und in Wien. Insgesamt nutzten 2.800 Besucher*innen die Gelegenheit, die Vielfalt der burgenländischen Weinbaugebiete zu verkosten – vom Neusiedlersee bis zum Eisenberg. Besonderheit: Die Lieblingsweine der Verkostung konnten gleich mit nach Hause genommen werden. Zu jedem Ticket gab es Einkaufsgutscheine und ein gebrandetes Riedel-Glas.



Zahlreiche Gäste strömten zu „Auf ein Glas Burgenland!“ in die Wiener Hofburg

Steiermark: Austragungsort und Triumphator der Sauvignon-WM

Im April fand mit der 15. Sauvignon Selection by CMB (vormals Concours Mondial du Sauvignon) die „Sauvignon-Weltmeisterschaft“ in der Steiermark statt. Drei Tage lang wetteiferten 1.285 Weine aus 27 Ländern um die begehrten Medaillen – und am Ende brach die Steiermark alle Rekorde: Die 56 internationalen Juror*innen kürten nicht nur einen Steirer zum besten Sauvignon des Wettbewerbs, zum ersten Mal in der Geschichte des Wettbewerbs schnitt ein Gebiet insgesamt so gut ab: Zwei weitere „Revelation Trophys“, 11 von 19 Grand-Gold-Medaillen und 81 von 161 Goldmedaillen gingen in die Steiermark. Damit stellte die Steiermark ihren Ruf als eines der weltbesten Gebiete für Sauvignon eindrucksvoll unter Beweis.



v. l. n. r.: Andrea Jöbstl-Prattes, Stefan Potzinger (beide Wein Steiermark), Chris Yorke (ÖWM), Ellen Kneib (Wein Steiermark), Quentin Havaux (Vinopres), Michael Simon (Wein Steiermark)

Niederösterreich: erfolgreiche Reise nach der VieVinum

Niederösterreich in all seinen Facetten kennenlernen und dabei Weine aus allen Weinbaugebieten verkosten: Dieses einzigartige Programm genossen 25 renommierte Fachpersonen aus 15 Ländern, darunter fünf Masters of Wine, im Anschluss an die VieVinum. Eine dreitägige Weinreise voller Highlights wartete auf die Gäste – inklusive Masterclasses, Zillenfahrt auf der Donau und Heurigenabend. Das Programm bot den Reisenden detaillierte Einblicke in die Vielfalt und Qualität der niederösterreichischen Weine und förderte den Austausch zwischen Fachleuten und Winzer*innen. Verkostet wurden insgesamt 187 Weine aus allen acht niederösterreichischen Weinbaugebieten.



Eine Zillenfahrt mit Weinverkostung brachte den Gästen Niederösterreich näher

Weinviertel: Anbindung an den ÖWM Admin

Der ÖWM Admin ist die wichtigste Service-Plattform der ÖWM für Österreichs Winzer*innen. 2024 baute ihn die ÖWM weiter aus und verbesserte zahlreiche Funktionen.

Erstmals integrierte sie mit dem Weinviertel zudem ein Regionales Weinkomitee: Das heißt, wenn ein Weingut aus dem Weinviertel unter admin.weinvierteldac.at Weine oder Betriebsinformationen eingibt, werden diese auch automatisch in den ÖWM Admin eingespielt. Das reduziert den Zeitaufwand und das Fehlerpotenzial in der Datenverwaltung deutlich. Die Anbindung weiterer Gebiete ist mittelfristig geplant.



Schulungsunterlage Sekt Austria

Sekt aus Österreich gehört zum Besten, was in den heimischen Weinbaugebieten entsteht. Das gilt insbesondere für das herkunftsgeschützte Spitzensegment „Sekt Austria“. Um die Besonderheiten dieser österreichischen Spitzenschaumweine einem breiten Publikum zu eröffnen, veröffentlichte die ÖWM 2024 eine eigene Schulungsunterlage, die gemeinsam mit dem Sektkomitee erarbeitet wurde.

Auf 40 Seiten vermittelt die Unterlage alle Informationen zu Sekt Austria, von der Herkunft der Trauben über die Produktionsmethoden bis hin zu Speisekombinationen. Zahlreiche Illustrationen veranschaulichen die Inhalte, Wiederholungsfragen und Übungen festigen das neu erworbene Wissen.

Erhältlich unter shop.oesterreichwein.at

Gebietsbroschüren und -videos

2020 startete die ÖWM mit der Produktion detaillierter Broschüren zu Österreichs spezifischen Weinbaugebieten. Modern gestaltet umfassen sie professionell aufbereitete Inhalte zu Klima und Geologie, Rebsortenspiegel und Weinstilen sowie zum jeweiligen Herkunftssystem und weintouristischen Highlights.

In enger Zusammenarbeit mit dem Regionalen Weinkomitee konnte 2024 die Broschüre „Thermenregion – World famous wine“ fertiggestellt werden. Ausgaben zur Wachau und zum Kamptal standen Ende 2024 kurz vor ihrer Fertigstellung. Die Broschüren sind im ÖWI-Shop für Winzer*innen zu Sonderpreisen verfügbar.

Kurz vor Veröffentlichung war Ende 2024 auch ein Video zum Weinbaugebiet Carnuntum. Gemeinsam mit dem Regionalen Weinkomitee entwickelt, vermittelt es Details zu allem, was Carnuntums Weine so einzigartig macht: von den Rebsorten über das Klima bis hin zum Herkunftssystem. Es macht Lust, das Weinbaugebiet zu besuchen und dessen Weine zu genießen.



Gebietsbroschüren im ÖWI:
shop.oesterreichwein.at

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
Geschäftsstellen-
leiter/Prokurist



Nicole Raim
Assistentin der
Geschäftsleitung



Simone Rupp
Logistik,
Weinlieferungen,
Events



Franz Vock
Bestellannahme,
Beratung Gläser-
gravuren und
Kartonaufdrucke



Marie Pink
Bestellannahme,
Kassa Abholmarkt,
Kund*innenberatung



**Margit
Prettenhofer**
Bestellannahme,
Kassa Abholmarkt,
Kund*innenberatung



Birgit Beer
Kommissionierung
Versandaufträge,
Kund*innen-
beratung, Waren-
übernahme



Franz Rattig
Kommissionierung
Versandaufträge,
Kund*innen-
beratung, Waren-
übernahme



128 Kühlgeräte für die VieVinum
zur Verfügung gestellt



4.000
Pakete versendet

500
Paletten versendet



rund **24.000** Flaschen
und ca. **85.000** Werbemittel
an ungefähr **50** ÖWM Events geliefert

Messe-Präsenz



Das ÖWI nutzt als spezialisierter Händler für Weinzubehör viele Gelegenheiten, sein Sortiment zu präsentieren. Das Jahr 2024 startete somit mit der Austro Vin Tulln, der zweijährlichen Fachmesse u.a. für Weinbau und Kellereitechnik. Der ÖWI Stand zog zahlreiche Besucher*innen an, die großes Interesse an den Produkten zeigten. Besonders die Präsentation der Highline-Gläser fand Zuspruch – erstmals wurde die neue Größe des Universalglases vorgestellt und sehr gut angenommen.

480 ml statt bisher 410 ml Fassungsvermögen erweitern den Einsatzbereich in Gastronomie, Handel und im Privaten. Besucher*innen informierten sich auch gern über die Möglichkeit, ein eigenes Logo auf den Gläsern per Sandstrahlung anbringen zu lassen. Dies ist bei den neuen Highline-Gläsern schon ab 60 Stk. möglich und wird im ÖWI im Haus gemacht.

Auch 2024 stattete das ÖWI wieder die VieVinum mit Kühlgeräten aus: 128 Stück. Im Anschluss wurden wie gewohnt die Ausstellungsgeräte zu günstigen Konditionen abverkauft. Restposten sind noch erhältlich auf shop.oesterreichwein.at.

Im November zeigte das ÖWI Präsenz mit einem eigenen Stand auf der Messe „Alles für den Gast“ in Salzburg, wo die Produktpalette einer breiteren Öffentlichkeit vorgestellt werden konnte.

Jubliäum: 25 Jahre ÖWI

Ein besonderes Ereignis 2024 war das 25-jährige Jubiläum der ÖWI Handels-GmbH. Zu Ehren dieses besonderen Anlasses lockte eine Aktionswoche mit großem Flohmarkt und -5 % auf alles. Des Weiteren gab es eine Raritätenverkostung aus dem SALON Archiv sowie eine Blindverkostung mit Gewinnspiel, bei dem nach Erraten der Rebsorte sechs schwarze Blindverkostungsgläser als Gewinn warteten.

*Seit 25 Jahren ist das ÖWI
mehr als ein Shop.*

Das ÖWI ist seit jeher nicht nur Händler, sondern auch eine wichtige Logistikzentrale für die ÖWM. Weine und Werbemittel werden vom ÖWI ausgehend in die ganze Welt verschifft. Doch auch bekannte Fachmagazine wie A la Carte und Vinaria nutzen das Logistikangebot des ÖWI für diverse Verkostungen.

Neu im Sortiment



Neu ins Sortiment nahm das ÖWI Weinpräsentkartons mit Klappdeckel für zwei und drei Flaschen auf. Diese sind eine hochwertige Alternative zum herkömmlichen Geschenkkarton und günstiger als Holzkisten. Außerdem gibt es dazu eine praktische Einlage, um zusätzlich zu Weinen auch Gläser zu verpacken – vor allem in Kombination mit gebrannten Gläsern ist das eine tolle Geschenksidee.

verpacken zu können – vor allem in Kombination mit gebrannten Gläsern ist das eine tolle Geschenksidee.



Zur Produktpalette des ÖWI zählt auch ÖWM Werbematerial. 2024 bereicherte ein neuer, stabiler Fächer mit ansprechendem Design zum Thema Umweltbewusstsein das Angebot. Er wird in Europa produziert und ist mit „Oeko-Text“-zertifiziertem Stoff bespannt.



Mehr Informationen:
shop.oesterreichwein.at

WEINAKADEMIE ÖSTERREICH

*Die Weinakademie Österreich ist ein fünfzigprozentiges Tochterunternehmen der ÖWM. Mehr als eine halbe Million Teilnehmer*innen besuchten seit ihrer Gründung die Seminare der größten Weinschule Europas. Von Wein-Noviz*innen bis zu Masters of Wine.*



*Absolvent*innenjahrgang 2024 im Schloss Esterházy*



Josef Schuller MW mit Jancis Robinson MW



Josef Schuller MW mit Topstudent Kevin Chan (Hongkong)



Georg Schweitzer, neuer Präsident des Weinakademiker Clubs

Das Jahr 2024 war in der 34-jährigen Geschichte der Weinakademie in vielerlei Hinsicht eines der spannendsten. Im Jänner startete das Jahr mit dem 20. und weltweit größten Master-of-Wine-Seminar in Rust mit 60 MW-Student*innen und 15 Masters of Wine aus der ganzen Welt. Mehr als 100 österreichische Winzer*innen waren in das Rahmenprogramm eingebunden. Dieses Event markierte auch das 20-jährige Jubiläum der Partnerschaft des Institutes of Masters of Wine mit der ÖWM als „Principal Supporter“.

2024: Rekorde bei MW-Seminar und Weinakademiker Diploma

Die generellen Weinakademie-Seminare in Österreich und vor allem auch in der Schweiz erfreuten sich großer Nachfrage – vom Basisseminar bis zum Weinakademiker Diploma. Auch für den internationalen Absolvent*innenverband, den Weinakademiker Club, war es ein erfolgreiches Jahr.

Der neu gewählte Präsident Georg Schweitzer freute sich über einen Rekordjahrgang von 92 Weinakademiker*innen aus 17 verschiedenen Ländern und damit auch über das tausendste Mitglied. 56 Nationen sind mittlerweile im Club vertreten. Um Studierende an der Weinakademie Österreich zu unterstützen, vergibt die ÖWM jährlich Stipendien für das Weinakademiker Diploma.

Im November feierte die Grande Dame der Weinwelt, Jancis Robinson MW, ihr 30-jähriges Jubiläum als erste Weinakademikerin h.c mit zwei historischen Grand Tastings an der Weinakademie. Sie überreichte bei der Graduierungsfeier im Schloss Esterházy den neuen Weinakademiker*innen des Rekordjahrganges und auch dem Weinakademie-Lektor des Jahres Roman Horvath MW persönlich ihre Diplome.



Mehr Informationen:
weinakademie.at



MELDEN SIE SICH JETZT ZUM ÖWM WINZER*INNEN-NEWSLETTER AN!

oesterreichwein.at/newsletteranmeldung

Sie erhalten alle sechs Wochen Informationen zu:



ÖWM
Maßnahmen rund
um den Globus



Events



Marketing-
Know-how



Marktwissen



Neuigkeiten
der Branche



Werbematerialien
zu Ihrer
Verwendung

Wichtig! Die Anmeldung muss mit der E-Mail-Adresse eines Weinguts erfolgen!

PROFITIEREN SIE VOM ÖWM ADMIN!

admin.oesterreichwein.at



Der ÖWM Admin ist die wichtigste Service-Plattform der ÖWM für Österreichs Winzer*innen.

Als registrierter Betrieb können Sie:

- ▶ mit Ihren Weinen an ÖWM Veranstaltungen im In- und Ausland teilnehmen.
- ▶ Informationen zu ÖWM Werbeaktivitäten und Ausschreibungen erhalten.
- ▶ auf der ÖWM Website von Kund*innen gefunden werden.
- ▶ von ÖWM Services profitieren, wie z. B. Marktinformationen und riedenkarten.at.
- ▶ bei ÖWM Marketingkampagnen mitwirken.

Ihr Weingut ist noch nicht im ÖWM Admin registriert?

Melden Sie sich bei uns unter at@oesterreichwein.at.

Sie haben bereits Login-Daten?

Halten Sie Ihre Betriebsdaten und Exportinteressen stets aktuell, um optimal zu profitieren!

© ÖWM / 1000things, Katharina Tesch

ÖSTERREICH WEIN MARKETING GMBH
Prinz-Eugen-Straße 34, 1040 Wien, Österreich
Tel.: +43 1 503 92 67, info@oesterreichwein.at
oesterreichwein.at | shop.oesterreichwein.at | [#austrianwine](https://twitter.com/austrianwine)

ÖSTERREICH WEIN 
Große Kunst. Ohne Allüren.