



Exportweltmeister: Christof Höppler

Geschäftsführer der Genossenschaft, die Situation. Inzwischen hat der Absatz die Grenze von 200.000 Flaschen erreicht.

Abgesehen von Zantho fungiert die technisch sehr gut ausgestattete Genossenschaft, in der die Erträge von 750 ha Rebfläche verarbeitet werden, als wichtigster Rotweinlieferant von Lenz Moser. Von den rund 16 Mill. Flaschen, die Lenz Moser jährlich vermarktet, stammen rund die Hälfte aus dem Burgenland. Die wiederum verteilen sich auf 60% Rot- und 40% Weißwein. »Wir bewegen uns mit Servus und Storch stark in der Marktwelt«, erklärt Marketingmanager Friedrich Wimmer. »Andau ist in erster Linie wichtig für die Versorgung mit Basisqualitäten, wie wir sie für Servus und Storch benötigen. Wir beziehen dort aber auch Weine für unsere gehobenen Linien Prestige und Selektion.« Bei Lenz Moser spielt der Zweigelt im Rotweinbereich die Hauptrolle, deutlich vor dem Blaufränkisch. »Das hat der Markt so entschieden, wir haben beide immer absolut gleichrangig behandelt«, betont Wimmer. »Die Ertragsreduzierung war entscheidend für den Aufstieg des Zweigelt, der bis Anfang der 90er Jahre nur als billiger Literwein im Handel zu finden war.«

Der zweitgrößte Flaschenweinvermarkter des Burgenlands hinter Lenz Moser ist Alfred Fischer. Die sehr effiziente Kellerei in Stöttera verlassen jährlich rund 2 Mill. Flaschen Wein. Der Großteil seiner Weine wird in der eigenen Kellerei vinifiziert. Sein Absatzschwerpunkt ist die österreichische Gastronomie, die er mit Basisqualitäten versorgt. Der Weißweinanteil liegt bei 50 bis 55%. Er arbeitet stark mit

Getränkegroßhändlern zusammen, auch in Deutschland, wo er unter anderen Getränke Hoffmann in Berlin beliefert.

Wenn vom Burgenland die Rede ist, geht es fast unweigerlich um Rotwein. Von der kleinen Gruppe der Süßweinliebhaber einmal abgesehen, die sich im Burgenland wie im Paradies fühlen müssen. Preis-Leistungsverhältnis und ein großes, breites Angebot aller Arten von Süßweinen machen die Wahl zur Qual.

Dabei wird häufig vergessen, dass von den rund 14.500 ha Rebfläche des Burgenlands noch immer mehr als 8.000 ha mit weißen Sorten bepflanzt sind. »Wir wollen und müssen die Vielfalt pflegen in weiß, rot und süß. Das ist natürlich schwierig«, weiß Willi Balanjuk, Geschäftsführer der Gebietswerbung Wein Burgenland. »Das Burgenland steht für vollreifes Traubenmaterial, vollreife Aromatik, für stabile Weißweine mit Fülle.« Ein Typ, der bei bestimmten Verbrauchern sehr gut ankommt, was auch den langjährigen Erfolg von Servus und Storch erklärt. Der kühle, säurebetonte Jahrgang 2004 spielte dem Burgenland voll in die Karten und verlieh den Weißweinen Frische und Lebendigkeit.

»Auch wenn die Österreicher fast nur heimischen Wein trinken, reichen die 28 Liter pro Kopf Verbrauch nicht aus, um die gesamte Produktion zu konsumieren. Wir sind auf Export angewiesen«, erklärt Balanjuk.

In dieser Hinsicht ist die Kellerei Höppler ein Vorbild. Der Exportanteil liegt bei 70%, davon über 50% Weißwein. Wichtigster Markt sind die USA mit knapp 80.000 Flaschen Exportvolumen. »Der weiche Weißweintyp kommt in den USA sehr gut an.« Nun wollen Christof Höppler und sein Vater Jost den deutschen Markt verstärkt in Angriff nehmen. Kräftig investiert haben die Höpplers in die neue Kellerei sowie das Besucherzentrum in Winden. Diesen Qualitätsschub haben die Höppler gleich zur Produktion von zwei Lagenweinen genutzt. Zum Pinot Noir Rosenberg und dem besonders gut gelungenen Blaufränkisch Kirchberg soll sich bald noch eine Rotweincuvée Kirchberg gesellen.

Höppler ist alles andere als ein Einzelfall. Unglaublich viele Betriebe im Burgenland haben kräftig investiert, sind somit auf Wachstum angewiesen. Das wird den Wettbewerb spürbar verschärfen. ♦

Sascha Speicher