Weinakademie Österreich Diploma – Modul 5 Diploma-Arbeit

Zusammenfassung

Konzeption eines Garagen-Weinbaubetriebs in der Region Leithaberg

Verfasser: Clemens Kainradl (240085), Einreichung am 15. Juni 2026

Motivation für diese Arbeit

Die Motivation für das Thema der Arbeit ergibt sich aus meinem tatsächlichen Plan, einen solchen Betrieb schrittweise aufzubauen. Daraus folgt auch die regionale Festlegung der Arbeit auf die Weinbauregion Leithaberg, in der ich wohne und arbeite.
Der Plan ist entstanden in den vergangenen Jahren im Zuge der Erweiterung meiner Tätigkeit als Nischen-Getränkegroßhändler um das schöne Thema Wein. Diese führte zum Beginn der Diploma-Ausbildung an der Weinakademie Österreich, die ich mit dieser Arbeit abzuschließen gedenke.

Zielsetzung

Die Diploma-Arbeit beschäftigt sich mit dem Aufbau eines weinbaulichen Kleinbetriebs mit Fokus auf höchste Qualität und Handarbeit. Die Art des Betriebes bezeichne ich, in Anlehnung an vielbeachtete Neugründungen im Bordelais der 1990er Jahre, als „Garagen-Weinbaubetrieb“ (französisch „garagiste“, auch übersetzt als „Garagenwinzer“).

Die Arbeit soll dem weinaffinen Leser ein möglichst klares Bild vom angestrebten Garagenbetrieb geben. Insbesondere der angestrebte Wein selbst, aber auch die Erwägungen und Erfolgsfaktoren und der innovative Einsatz traditioneller Methoden sollen dargestellt werden.

Methodik

Im Zuge der vorliegenden Arbeit erörtere ich die zugrundeliegende Vision sowie die Ideen und Voraussetzungen für den Aufbau des nötigen Wissens- und Erfahrungsschatzes und der betrieblichen Infrastruktur. Auch die wichtigen Festlegungen rund um die Erzeugung des Weins, im Weingarten wie im Keller, und um die Produktion der ersten Weine, werden in der Arbeit in angemessenem Detaillierungsgrad skizziert.

Ebenso gehe ich auf die Rahmenbedingungen und Herausforderungen ein, insbesondere im Zusammenhang mit dem österreichischen Weingesetz und der Region Leithaberg, wie auch in Bezug auf allgemeine Herausforderungen der Vermarktung eines hochqualitativen Nischenprodukts in einem durchwachsenen internationalen Marktumfeld.

Abschließend erläutere ich die Vorgehensweise zur Schaffung einer fundierten Basis für die Business Case-Erstellung. Das Vorgehen besteht primär in einer umfassenden Proof-Of-Concept Phase, in der alle wichtigen Größen und Stellschrauben des zukünftigen Business Case abgeklopft werden. Die tatsächliche Rechnung des Business Case erfolgt dann frühestens im zweiten Halbjahr 2027.

Inhalt

Der Hauptteil der Diploma-Arbeit setzt sich aus den folgenden Kapiteln zusammen:

1. Vision
Kurze Umschreibung der zugrundeliegenden Vision in Bezug auf Weinstil und die Grundsätze der geplanten low-intervention Weine mit Terroirprofil.

2. Projekt-Herangehensweise
Umriss der Startphase als Proof-Of-Concept, mit dem Ziel, eine robuste Entscheidungsbasis zu erarbeiten.

3. Konzeptionelle Festlegungen
Herausarbeiten der grundlegenden Marschrichtung in Bezug auf Betriebsgröße, Qualitätsansatz und Sortiment. Insbesondere die Orientierung nach der relativ neuen Qualitätspyramide und den Leithaberg DAC-Richtlinien ist hier wesentlich.

4. Produkt-Zielbild
Im Kern des Projekts liegt das Produkt-Zielbild: Hier werden die wichtigsten Eckpunkte zu den angestrebten Weinen beschrieben. Die Auswahl der Rebsorten Blaufränkisch und Chardonnay, sowie das geplante schmale, fokussierte Sortiment wird argumentiert.
Andererseits werden die angestrebten Methoden der Bearbeitung umrissen: Einerseits allgemeiner in Abgrenzung zu traditioneller Weinbereitung und insbesondere zu Natural Wine. Andererseits gehe ich konkret auf die wichtigsten Stilgebenden Schritte im Weingarten und im Keller ein, die die Weine definieren werden.

5. Rahmenbedingungen und Herausforderungen
In diesem Kapitel werden unterschiedliche relevante Rahmenbedingungen ausgeleuchtet, die jeweils durchaus Herausforderungen beinhalten: Besonders schwer lastet die Ungewissheit, ob die produzierten Weine verlässlich als Qualitätsweine vermarktet werden können. Weiters werden die Auswirkungen der Themenkomplexe Leithaberg DAC und Klimawandel erörtert. Und schließlich diskutiere ich die schwierige weltweite Marktlage im Einfluss von Alkoholskepsis und sinkenden Verkaufszahlen.

6. Vorarbeiten Business Case
Hier wird die Proof-Of-Concept Phase im Hinblick auf die zu sammelnden Informationen und den groben Zeitrahmen beschrieben.

7. Vermarktung
Das Kapitel dient einer Erwähnung der konkreten Vertriebskanäle für den ersten Jahrgang, langfristigere Erwägungen zum Kontext erfolgten bereits im Kapitel „5.Rahmenbedingungen und Herausforderungen“.

8. Aufnahme der Tätigkeit
Ein Überblick über laufende und kommende Schritte zur Aufnahme der Tätigkeit als Garagenbetrieb schließen den Hauptteil ab.

Fazit

Die vorliegende Arbeit gibt also dem weinaffinen Leser ein übersichtliches Bild vom angestrebten Garagenbetrieb. Auch die flexibel gestaltete Startphase, mit dem Ziel der Vermeidung von Fehlinvestitionen durch Entscheidung auf Basis von tatsächlichen Erfahrungen und Lerneffekten, ist dargestellt. Insbesondere bekommt der Leser jedoch eine gute Vorstellung vom Kern der Sache, den zu erwartenden Weinen.
Im vorliegenden Umfang kann die Arbeit nur einen Überblick betreffend der konkreten Umsetzung geben. Mittel- und langfristig sind aufgrund der offenen Herangehensweise mit ausführlicher Proof-Of-Concept Phase viele Einzelheiten erst zu definieren.