

15

WEINGUT HÖPLER USA-EXPORT VERDOPPELT

„Der **Weinexport** in die USA wurde im Wirtschaftsjahr 2006/7 verdoppelt, der Umsatz in Österreich um mehr als 35 Prozent gesteigert“, freut sich Christof Höppler, Jungwinzer aus Breitenbrunn im Burgenland. Er erzeugt Weine auf rund 30 Hektar eigener Anbaufläche und verkauft diese erfolgreich im In- und Ausland. Und das trotz ständig steigender Qualitätsansprüche und wachsender Konkurrenz. Top-Seller sind die Sorten Grüner Veltliner und Blaufränkisch. 70 Prozent der Produktion gehen bereits in den Export.

Beim Marketing- und Vertriebskonzept zur Eroberung des amerikanischen Marktes, derzeit sind die Weine aus Breitenbrunn in 37 Bundesstaaten vertreten, setzt Christof Höppler seit Jahren auf die Spitzengastronomie. Und das erfolgreich, denn Höplers Weinspezialitäten haben einen fixen Platz in Top-Restaurants wie bei Wolfgang Pucks „Spago“ in Beverly Hills oder im „French Laundry“ in Nappa Valley, das 2005 zum besten Restaurant der Welt gewählt wurde.

Mit der Strategie, perfekte Weine an die besten Restaurants der Welt zu verkaufen, scheint Höppler auf dem richtigen Weg und erhält ein rundum positives Echo. „Aufbau und Pflege eines solchen Vertriebs-

netzes sind zwar sehr zeitintensiv und langfristig zu betrachten, aber es rechnet sich“, begründet Höppler seinen persönlichen Einsatz. Neben den USA beliefert der Winzer auch Kunden in den Niederlanden, Großbritannien, Deutschland und Japan.

Auch in Österreich trägt der persönliche Einsatz Früchte: Der Umsatz hierzulande konnte um 35 Prozent erhöht werden. Besonders stark war der Zuwachs bei den Klassikern Blaufränkisch, Zweigelt und Chardonnay. Auch der Grüne Veltliner ist am Weg nach oben.

„Dem österreichischen Weinbau insgesamt gelang es, durch die hervorragende Qualität dieser Rebsorte wieder ein neues, positives Image zu verleihen. Davon profitieren auch wir“, erklärt Christof Höppler die wachsende Nachfrage. Mit einem umfangreichen Vertriebsnetz sowie Großabnehmern wie etwa der AUA konnte Höppler im vergangenen Jahr seine Position im heimischen Markt weiter stärken. Selbst bei hochpreisigen Weinen wie dem Lagenwein „Pinot Noir Rosenberg“ wurden Zuwächse von über 60 Prozent verzeichnet. Und auch der neue, kreative Kultwein, das feinfruchtige Rotweincuvée K7, fand auf Anhieb zahlreiche Abnehmer.

Nach dem stetig steigenden Erfolg des klassischen Grünen Veltliners soll der amerikanische Markt nun mit einem weiteren

Grünen Veltliner bedient werden. „Wir registrieren bereits seit einiger Zeit ein großes Interesse an einem kräftigeren Grünen Veltliner und reagieren prompt“, so Höppler. In den kommenden Wochen startet er in den USA mit einem Grünen Veltliner 2006 von der Lage Guttenberg. Parallel



© HANNA HABECK

Christof Höppler

dazu setzt Höppler vor allem auf seinen K7 und den immer stärker werdenden Trend zum Rosé. Fortgesetzt wird die erfolgreiche Strategie, Höppler-Weine auf ungewöhnliche Weise zu präsentieren und den Weg des Weines in den „Weinräumen“ in Winden am See erlebbar zu machen. Dort entstand mit der Unterstützung zahlreicher Künstler eine Weinerlebniswelt, in der man sich auf vielen kreativen Wegen und mit allen Sinnen dem Thema Wein nähert.

www.hoepler.at – www.weinraeume.at