

**Breitenbrunn** Das burgenländische Weingut erreichte – neben starken Exporten – im abgelaufenen Geschäftsjahr auch im Heimatmarkt ein Plus von 35%

# Weinerlebnis als Geisteshaltung

Das Weingut Höppler verzeichnet 70% Exportquote. Hauptmarkt sind die USA.

HERMANN SILEITSCH

**Breitenbrunn.** Innovation hat im burgenländischen Weingut Höppler hohen Stellenwert – nicht nur in den „Weinräumen“ in Winden am See, sondern bis hin zum Vertrieb.

Das gilt besonders für den Export: dieser, so erklärt Eigentümer Christof Höppler im Gespräch mit retail, ist mit 70% Anteil die tragende Säule. Wichtigstes Exportland sind die Vereinigten Staaten, wo man unkonventionelle Wege geht: „Wir haben in den USA eine eigene Struktur mit zwei Warehouses – in Kalifornien und New Jersey – geschaffen. Unsere Kunden, die Wholesaler in den Bundesstaaten, schicken nach Österreich ihre Bestellungen, wir setzen aktuelle Preise ein und reichen den Auftrag weiter an die Lagerhäuser.“

„Wir wollen in den Weinräumen Besucher auf einem Niveau erreichen, wo man sich mit Wein wirklich auseinandersetzt.“

CHRISTOF HÖPLER

Der Vorteil neben der Schnelligkeit: Gegenüber der klassischen Zusammenarbeit mit einem Generalimporteur ist die Abhängigkeit reduziert und das Risiko gesplitet. Die Kehrseite: Der Aufwand ist ungleich größer, die Marktbearbeitung (derzeit für 37 Bundesstaaten) und -erweiterung liegen in der eigenen Verantwortung.

### 35% Plus im Heimatmarkt

Nach den USA folgen Deutschland, England, der skandinavische Raum, Belgien und Niederlande, aber auch zunehmend Japan und China als Hauptexportmärkte. Im Geschäftsjahr 2006/07 habe sich Christof Höppler, der 2003 im Alter von 26 Jahren in das Familienunternehmen eingestiegen ist, zudem bewusst stärker auf den österreichischen Heimatmarkt konzentriert: „Wir haben hier 35 Prozent Umsatzplus erreicht.“ Wobei die Verkäufe an die Austrian Airlines sogar noch ausgenommen sind.

Derzeit bewirtschaftet Höppler rund 30 ha selbst, längerfristig sollen es 40 bis 50 ha werden. Zudem wird ebensoviel Traubenmaterial

jeweils zugekauft. Kopfzerbrechen bereitet ihm die Kleinteiligkeit der Anbauflächen in Österreich: „Das ist kein Qualitätsmerkmal, sondern hat sich historisch entwickelt. Die Bodenzusammensetzung hängt schließlich von der Lage und nicht vom Eigentümer ab.“ Es sei fast eine „Lebensaufgabe“, vier bis sechs Hektar in zusammenhängender Lage zu finden.

### „Geisteshaltung vermitteln“

Die EU-Marktreformpläne sieht Höppler eher skeptisch: „Ich fände es besser, gar keine Förderungen für das Roden oder Aussetzen zu

vergeben. Die EU sollte ihre Weinbauern lieber mit Marketingkonzepten unterstützen und mit aktiven Strategien das Image heben.“

Höpplers einfacher Beweggrund, im Jahr 2004 die Weinräume zu eröffnen: „Ich wollte es machen. Punkt.“ Nach der Übersiedelung nach Breitenbrunn wurde aus dem der Familie eng verbundenen Hof in Winden eine Rauminstallation, die das Weinerlebnis in den Vordergrund stellt: Farbe, Haptik, Duft, Tradition. „Wir wollen bewusst keine Radfahrtouristen oder Heizkissenfahrten. Die Weinräume sollen eine Geisteshaltung vermitteln.“

www.weinraeume.at



© Hanna Haböck (2)

Christof Höppler fand über Jobs in Kalifornien und Westaustralien nach Breitenbrunn.

**DAS NEUE RADLBERGER!**

**Erfrischende Umsatzsteigerung**

- Jetzt zuckerfrei!
- Besser durch erhöhten Saftgehalt
- Neues transparentes Design
- 4 beliebte Geschmacksrichtungen

Impulsprodukte Orange und Zitrone (0.5l)

Einladendes Mischpaletten-display 80x60x155cm

Erfrischende TV Kampagne „Meins“

**Besser - saftiger - zuckerfrei!**



Höpplers Weinräume: Eigenes, sinnliches Erleben statt Wein-Folklore.