

Die Stützpfeiler der „Erfolgsgeschichte Wein“ in Österreich



Unser Weinbau lebt nicht nur vom Fleiß und Können der Winzer allein, sondern auch von dem Background einer ganz erstaunlichen Dienstleistungsbranche, die in vielen Bereichen absolute Weltspitze ist! Erst dieser Hintergrund erlaubte den großflächige hochwertigen Weinbau und ist eine DER Grundlagen der Existenzsicherung für die heimischen Winzer!

Der Weg von Andreas Leithner

Vor 20 Jahren erschien ein junger Mann in unserer Weinbau-Redaktion - mit der Idee, ein Service-Zentrum für Weinbaubetriebe zu entwickeln. Ein Verrückter?! Dazu muss man wissen, dass die Gebrüder Weiss bzw. die DPD sich zu diesem Zeitpunkt mit großem Werbeaufwand um das Weinversand-Geschäft bemühten. Die damals bereits absehbaren Entwicklungen des Internets mit Online-Verkäufen wurden von diesen Firmen als großer Zukunftsmarkt gesehen.

Die Österreichische Post errichtete dafür eigens eine Stabsstelle und entwickelte mit enormem Aufwand einen speziellen Weinkarton, den wir damals testeten; wir wussten daher um das beachtliche Werbebudget.

Das war etwas ganz anderes! Die vielen Wettbewerber dieser „Gründerzeit“ dachten nur an ihr wirtschaftliches Ziel: Cash!

Leithner aber wusste um den Aufwand des Winzers, der mit dem Weingarten und der Kellerei schon mit extremer Arbeit eingedeckt ist und keine Zeit zu verschenken hat. Damals wurde mit dem „üblichen“ VW-Bus von den Winzern quer durch Österreich ausgeliefert – das war die Normalität. Zig ungenützte Stunden verloren sich so auf den Straßen; und der Versand (auch jener der „Großen“) war eher zufallsorientiert... Leithners Denken war völlig anders: beeindruckend und realistisch, einfach und logisch.

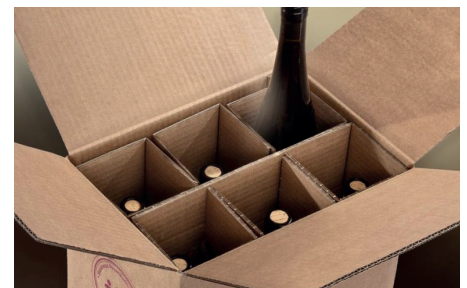
Sein „einfacher“ Gedanke:

Der Versand eines 6er-Kartons in der Praxis: der Winzer muss im Keller die verschiedenen Weine zusammensuchen, verpacken und zur Post bringen oder auf den Abholer warten – im Grunde geht für diesen 6er-Karton fast eine Stunde oder -im besten Fall- zumindest ein halbe Stunde verloren; der Karton wird zum Defizit.

Nur: diesen Umstand beachtet niemand, schon gar nicht war er für die Weinbranche einen Gedanken wert - „weil es nicht anders geht“. Und sich „sowieso die Oma oder der Opa drum kümmern“!

Realistisch gesehen ist aber ebenso ein 12- oder 24-Flaschen-Versand im Verhältnis zu Aufwand, Ablauf und Ertrag kein großer wirtschaftlicher Erfolg. Leithners Idee war es, ein Lager für die Weine der verschiedensten Winzer zu erstellen, das dann durch rationelle Arbeit kostengünstig die Bestellungen direkt zusammenstellt und den Versand organisiert.

Der Winzer übermittelt nur die Bestellung, alles andere - bis hin zur Rechnung - wird ausgelagert.



Die ganze Geschichte lesen Sie dazu im Weinbau Almanach „der Hammer“