

„Der Tiroler wurde beim Wein vom Viel- zum Qualitätstrinker“

Weinhändler Alexander Gottardi verrät, wie er sich gegen die wachsende Konkurrenz der Supermärkte in seiner Branche durchsetzt.

Was halten Sie von Weinversteigerungen, bei denen Flaschen um Zigtausende Euro versteigert werden?

Alexander Gottardi: Das ist eine negative Entwicklung. Wein ist und bleibt ein Lebensmittel. Bei den Versteigerungen werden die Preise künstlich in die Höhe geschraubt. Wein wird dadurch zum Spekulationsobjekt.

Wie hat sich die Weinhandelsbranche in den vergangenen Jahren in

Tirol verändert?

Gottardi: Ich bin seit 28 Jahren im Geschäft. In dieser Zeit haben sich Sortiment und Konsumverhalten verändert. Der Tiroler hat sich vom Viel- zum Qualitätstrinker gewandelt. Damit einher ging eine Veränderung im Sortiment. Früher war das Südtiroler „Reatl“ angesagt, es wurde vom österreichischen Wein abgelöst – auf einer qualitativ wesentlich höheren Ebene. Unsere Umsatzstatistik der vergangenen zehn Jahre zeigt: Der durchschnittliche Umsatz pro Bestellung in der Vinothek ist inflationsbereinigt der gleiche geblieben. Aber die Anzahl der Flaschen hat sich verringert. Das heißt, der Durchschnittspreis pro Flasche ist gestiegen, die Leute steigen auf Qualität um.

Wie hat sich der Wettbewerb in der Weinbranche entwickelt?

Gottardi: Der Wettbewerb wird immer härter. Auf der einen Seite stehen die klassischen Mitbewerber



Weinhändler und Winzer Alexander Gottardi setzt auf Qualität.

Fotos: Böhm

Wirtschaft im Gespräch

mit Frank Tschoner

wie anderen Weinhändlern oder Importeure, auf der anderen Seite bieten die Lebensmittelketten verstärkt Qualitätsweine sowie Winzer mit Namen an. Das ist für den traditionellen Weinhandel ein großes Problem. Wir setzen auf Information, Qualität und Lieferfähigkeit. Der Supermarkt stellt im Prinzip nur die Produkte zur Verfügung. Er lässt sie zum Teil nur gegen einen Werbekostenzuschuss ins Regal. Sonst tut er nichts. Dadurch können Lebensmittelketten mit ganz anderen Spannen arbeiten.

Die Weinhandlung Gottardi setzt aber auch Zeichen beim Preis. So gibt es manchmal Weine für unter

fünf Euro die Flasche.

Gottardi: Wir wollen gute konsumentenfreundliche Weine finden. Wir kreieren auch eigene Marken und pflegen Produkte, die wir unseren Kunden anbieten. Ob das ein Pinot Grigio um 4,90 Euro oder ein sizilianischer Wein um 6,50 Euro sind. Das sind Weine, bei denen wirklich nur die Qualität in der Flasche und nicht die Vermarktungskette bezahlt wird. Wir finden diese durch Besuche in Weinbauregionen und gute Kontakte zu Produzenten. Das sind wesentliche Funktionen von uns. Gerade dem Privatkunden bieten wir Produkte an, die er sonst nicht findet und wo das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt, ohne dass es uns finanziell an den Kragen geht. Das ist ein Rezept gegen die wachsende Konkurrenz der Supermärkte. Kompetenz, Qualität und Service sind unsere Stärken.

Gottardi

Die Weinhandlung Gottardi wurde 1897 vom Urgroßvater Alexander Gottardis gegründet. 16 Mitarbeiter erwirtschaften einen Umsatz von 3,5 Mio. €. Zur Weinhandlung gehört auch das Weingut Gottardi in Mazzon (Südtirol). Mit einem Partner gründete Gottardi 2011 eine eigene Firma für das Firmenkundengeschäft.

Ihr Vater startete 1969 den ersten Weinversandhandel Österreichs. Wie hat dieser sich mit dem Online-Handel weiterentwickelt?

Gottardi: Online-Handel wird von Tag zu Tag wichtiger. Auch die Generationen 40plus und 50plus bestellen immer häufiger Wein im Internet. Der Anteil des Online-Handels macht inzwischen schon rund 15 Prozent des Umsatzes aus. Nur vom Internethandel allein könnte Gottardi nicht überleben.



Mit Alexander Gottardi ist die vierte Generation am Ruder.

Steckbrief

Alexander Gottardi lernte den Weinhandel im Familienunternehmen von der Pike auf kennen. Aufenthalte bei Weinhändlern in den USA und Deutschland ließen ihn über den Tellerrand blicken. Seit 2010 ist der 51-Jährige Alleingeschäftsführer.