

123

Weingut Höppler Exportstrategie: 70% der Produktion fließen ins Ausland.. Hauptmärkte: Europa, USA und Fernost

Winzer erobert die vinophilen Weltmärkte

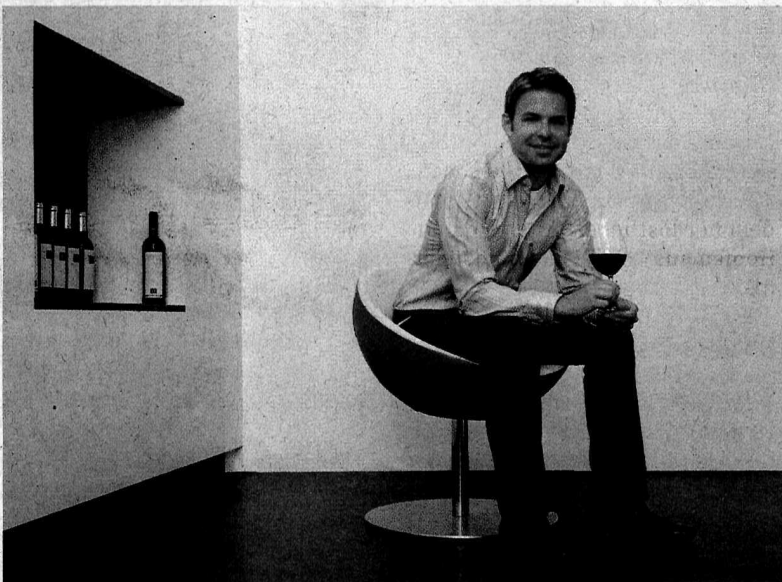
Breitenbrunn. Jamie Oliver führt den Burgenländer auf der Weinkarte, im Übrigen auch Spitzenrestaurants in den USA und Skandinavien: Das Weingut Höppler hat längst den Sprung in den internationalen Winzerolymp geschafft. Die Exportstrategie trägt Früchte. Daran werde auch die schlechte Ernte aus 2010 mittelfristig wenig ändern, informiert Hofherr Christof Höppler.

Was heute an den Osthängen des Leithagebirges reift und von ausgewählten Vertragswinzern mitverarbeitet wird, wandert zu mehr als zwei Dritteln ins vinophile Ausland. Neben den europäischen Märkten ist Höppler in den USA, Hongkong, Malaysien und Japan präsent.

Aktuell werden 80% des Vertriebs über die Gastronomie abgewickelt, 13% werden im Handel umgesetzt, der Rest via Endverbraucher. Dabei entfallen 50% auf die Weißwein-Produktion. Der Rotwein-Anteil hält bei 45%, 5% entfallen auf Süßweine.

Boden für gute Markenwerte

Hier kommt neben der Klimagunst der Standortvorteil zum Tragen: Unterschiedliche Böden, wie Lehm, Kalkstein, Schotter oder Urgestein, tragen zu komplexen und charaktervollen Weinen bei, die nicht nur in den Zielländern für Furore sorgen. „Zahlreiche Weinauszeichnungen steigern unseren Markenwert“, so Höppler.



Christof Höppler aus dem burgenländischen Breitenbrunn baut auf Exportstrategie.