

Pressegespräch zum Wirtschaftsjahr 2008/09

VERDREIFACHUNG DES JAHRESERGEBNISSES

Bei leicht gestiegenem Umsatz (aktuell 42 Mio. Euro) kann sich die Weinhandelskette WEIN & CO über ein deutlich höheres Jahresergebnis freuen. Im mit September abgelaufenen Wirtschaftsjahr 2008/09 konnte eine Verdreifachung des Gewinns des Vorjahres erreicht werden.

Die Gründe für dieses erstaunliche Ergebnis in Krisenzeiten sieht Heinz Kammerer, Eigentümer der Weinhandelskette mit nunmehr 17 Shops in ganz Österreich, in den **qualitativen Maßnahmen**, die in den vergangenen 20 Monaten im Unternehmen gesetzt wurden. *„Es ist eine Vielzahl von kleinen, aber sehr genau analysierten und umgesetzten Schritten, die insgesamt zu einem großen Qualitätsschub im Unternehmen geführt haben.“*

- Während durch besonders durchdachte Abläufe etwa die **Logistikkosten** bedeutend reduziert werden konnten, wurden personenseitig keinerlei Einsparungen vorgenommen. Allerdings wurden mit externer Beratungshilfe **Mitarbeiterprogramme** durchgeführt, die nachweisbar zu einer höheren Zufriedenheit der gut 200 Mitarbeiter und gleichzeitig zu einer höheren Gewinnspanne führten.

„Quantitative Expansion ist sicherlich nicht die Lösung einer Krisenproblematik, sondern nur eine ernsthafte Auseinandersetzung mit Abläufen, Strukturen und vor allem mit Kundenströmen.“, so Heinz Kammerer.

Diesen Montag lief übrigens die „WEIN & CO Movie Star“ Serie an, bei der jede Woche ein Wein via Internet Movie vorgestellt wird. Neben dem jeweiligen Wein ist jede Woche auch ein begeisterter Weinberater von WEIN & CO online zu bewundern: www.weinco.at/moviestar

Weniger Umsatz je Kunde – aber viele, viele neue Kunden

- Eine der Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das Weingeschäft sei ein leicht rückgängiger Durchschnittseinkauf durch verstärkte Nachfrage bei günstigeren Weinen. Dieses Faktum wurde bei WEIN & CO rechtzeitig erkannt, und man hat **Kooperationsprojekte** gemeinsam mit kulturellen Institutionen wie etwa dem Wiener Konzerthaus oder dem Museum im Belvedere entwickelt, die Vorteile für alle involvierten Seiten brachten. Allein aus diesen Kooperationen hat WEIN & CO 2.500 Neukunden lukriert, insgesamt hat sich die WEIN & CO-Kundendatei im abgelaufenen Geschäftsjahr um 36.500 Neukunden auf eine derzeit aktive Kundenzahl von 250.000 erhöht, wovon 150.000 Kunden aktive VinoCard-Holder sind.
- Parallel dazu führte WEIN & CO **Datamining-Programme** durch und eruierte, welche Kunden seit einiger Zeit nicht mehr zum Einkauf gekommen waren. Insgesamt 20.000 bereits inaktive wurden dadurch wieder zu regelmäßig kaufenden Kunden.

Genauigkeit im Sortiment

- Die Wein- und Produktauswahl bei WEIN & CO hat sich im vergangenen Jahr verändert. Noch genauer als bisher wurden die Sortimentsplätze definiert. Insbesondere im preisgünstigen Bereich wurde aufgestockt. Hier hat sich vor allem auch die breite Auswahl an südafrikanischen Weinen sehr bewährt.

„Es gibt eine Vielzahl von Weinen zu einem Endverbraucherpreis zwischen fünf und acht Euro, die sehr attraktiv und charaktvoll sind. Diese Weine zu finden, zu erkennen, sie von industriellen Weinen zu unterscheiden und sie verfügbar zu machen, ist eine Fähigkeit, die nur ausgebildete und erfahrene Weinspezialisten besitzen. Genau deswegen sind alle Mitarbeiter bei WEIN & CO sehr gut ausgebildet, und unsere Einkäufer zählen ohne Zweifel zu den besten Weinexperten des Landes.“, so Heinz Kammerer

VORSCHAU: QUALITATIVE EXPANSION IM JAHR 2010

Nach der Eröffnung einer weiteren (der 17.) Filiale Anfang Dezember in Wien Hietzing wird WEIN & CO im laufenden Geschäftsjahr 2009/10 drei bestehende Standorte massiv umbauen und erweitern. Insgesamt gut 3 Millionen Euro wird WEIN & CO in die Erweiterung zu drei „Mega-Stores“ investieren. Diese entstehen in enger Zusammenarbeit mit Unibail-Rodamco, Europas größtem Shopping-Center Besitzer und seit dem Vorjahr auch Eigentümer der SCS und des Donauzentrums.

Bereits im Mai wird der neue **Megastore in der Shopping City Süd** eröffnet, der auf doppelter Fläche (400m²) nicht nur großzügigere Degustationsmöglichkeiten anbietet, wo dank eines neuen Enomatic-Systems ständig bis zu 40 Weine verkostungsfrisch angeboten werden können. Auf diese Art können Kostproben auch von sehr hochwertigen Weinen mit einem Flaschenpreis von mehr als 30 Euro angeboten werden.

Darüber hinaus werden im neuen Megastore die Ergebnisse einer internen Studie erstmals umgesetzt, die Kaufmotive der Kunden analysierte. Die Platzierung und Zweitplatzierung der Produkte werden dementsprechend angelegt.

Parallel mit der Erweiterung zum Megastore wird im Mai 2010 auch das WEIN & CO Headquarter vom derzeit 22. Bezirk in die SCS verlegt.

Die weiteren Megastores werden im Oktober 2010 eröffnet: Im neuen Teil des Donauzentrums und auf der Mariahilfer Straße, wo in einem von den Architekten Henke und Schreieck geplanten Landmarkbuilding ein urbanes Weinzentrum ganz neuer Art eröffnet, sozusagen die Weiterentwicklung des erfolgreichen WEIN & CO Barkonzeptes.

GASTRONOMIEPLATTFORM WWW.GLEICHESRECHTFUERALLE.AT

Die aktuelle Gesetzeslage für die Raucherregelung in der Gastronomie sieht vor, dass Lokale mit mehr als 50m² Fläche bis spätestens Juli 2010 einen „hermetisch schließbaren“ separaten Raum für Raucher einrichten oder insgesamt als Nichtraucherlokal geführt werden. Lokalen mit darunter liegender Fläche ist diese Regelung nicht auferlegt, sie können im aktuellen Zustand ohne Veränderungen bestehen bleiben und selbst entscheiden, ob sie ihr Lokal als Raucher oder Nichtraucherlokal führen.

Diese Regelung stellt einen Eingriff in den freien Wettbewerb dar und verpflichtet rund 50% der Gastronomen entweder zu enormen Investitionen (durchschnittlich rund 30.000 bis 50.000 Euro) – oder zum Verzicht auf rauchende Gäste, was nach WEIN & CO-Erfahrungen, abhängig vom Lokaltyp, einen Umsatzrückgang von 15-50% nach sich ziehen wird. Eine echte loose-loose Situation also, die - vor allem angesichts der aktuellen Wirtschaftskrise und ihrer bereits massiven Auswirkungen auf die heimische Gastronomie - für viele Betriebe mehr oder weniger tödlich sein wird.

Was das Gesetz in der derzeitigen Form bewirken wird -

Chronologie eines gesetzlich gesteuerten Fiaskos:

- 15.000 Lokale mit mehr als 50m² Fläche sind per Mitte 2010 entweder zu überwiegend unsinnigen Umbauten (jeweils rund 30.000 bis 50.000 Euro) gezwungen oder müssen auf rauchende Gäste verzichten.
- Rund 50% dieser Betriebe sind „Einraum-Gastronomie“ bzw. „Kommunikationsgastronomie“ – also Betriebe, für die das Gesetz eine massive Beeinträchtigung darstellt (weniger gravierend ist es bei Restaurants bzw. bei Lokalen mit mehreren Räumen)
- Aufgrund der Wirtschaftskrise und der damit verbundenen zurückgehenden Einnahmen in der Gastronomie werden mindestens 50% dieser Betriebe (also rund 3.500 Lokale) über nicht ausreichend Kapital für den Umbau verfügen und in der sattsam bekannten Bankenkrise auch keine weiteren Kredite erhalten.

- Sie werden somit dazu gezwungen, zu Nichtraucherlokalen zu werden.
- Aus Erfahrung weiß WEIN & CO (freiwilliges Rauchverbot in allen Bars von Januar bis September 2008), dass die rauchenden Gäste dorthin gehen, wo geraucht werden darf, wenn es diese Alternative gibt.
- Aus diesem Grund werden diese unfreiwilligen Nichtraucherlokale massive Umsatzeinbrüche erleiden. Dadurch könnten 7% der Gastronomie-Arbeitsplätze, also rund 20.000 Arbeitsplätze, verloren gehen!
- In 15.000 „kleinen“ Lokalen wird weiterhin geraucht werden. **Und zwar mehr denn je, und ohne Bestimmungen für Abluft.** Der gesundheitliche Ansatz des Gesetzes wird dadurch in bizarrer Weise konterkariert.

Um dem Gesetzgeber stichhaltige Argumente zur Veränderung des Gesetzes noch vor dessen finalem Inkrafttreten zu liefern, gründeten die Unternehmer **Heinz Kammerer** (WEIN & CO), **Stefan Gergely** (Schlossquadrat), **Bernd Schlacher** (Motto) und **Matthias Kamp** (Passage) die Gastronomieplattform www.gleichesrecht fuer alle.at, der sich alle interessierten Gastronomen kostenlos anschließen können, um gemeinsam eine kritische Masse für die Gesetzesveränderung zu bilden.

Zielsetzung dieser Plattform ist

- Die **Verschiebung des Inkrafttretens des Gesetzes**, bis die Wirtschaftskrise überwunden ist (zu mindestens bis Ende 2011)
- Die Nutzung dieser gewonnenen Zeit, um eine ausgewogene und sinnvolle Regelung auszuarbeiten, die nicht in den Wettbewerb eingreift, sondern gleiches Recht für alle Gastronomen in Österreich schafft, sowie zugleich auch die Gesundheitsaspekte angemessen berücksichtigt.
- Die Berücksichtigung der Entwicklungen in Brüssel (neue Kommission ab 2010!) betreffend der zu erwartenden neuen Bestimmungen in Bezug auf diese Thematik.