

Spitzbart Weine optimal präsentieren

Optimale Weinpräsentation hat sich die Firma Spitzbart zur Aufgabe gemacht. „Wenn ein Kunde beim Winzer, in einer Vinothek oder in einem Supermarkt eine Flasche Wein ersteht, dann kauft er nicht nur ein Produkt, sondern auch die subjektiv bei ihm mit dem Produkt verbundenen Emotionen“, ist Geschäftsführer Markus Friedrich Spitzbart überzeugt. Zum Einsatz kommen die Spitzbart Lösungen neben dem Handel auch in Hotellerie und Gastronomie. So setzt zum Beispiel die PlusCity in Linz auf die Design Ladenbauer: „Durch die funktionierende Größe sind beide Bereiche – der Weinverkauf sowie die Verkostung und Gastronomie wirtschaftlich autark und erbringen doch die gewünschten Synergieeffekte“, berichtet

Spitzbart. Auch viele Winzer setzen auf die Lösungen der Weinladebauer, ebenso zahlreiche renommierte Hotels, Bars und Restaurants.



Ein Hingucker: Die „vinothegg“ in Grafenegg



Identität zum Ausdruck bringen
Etwa die „vinothegg“ in Grafenegg,

wo sich 33 Winzer zusammengeschlossen haben um ihre Weine zu verkaufen. Der Raum präsentiert sich in weiches Licht getaucht mit grünen Weinregalen und Boden. Eine Innovation ist das Kühl- und Verkostungssystem: In Handhöhe verläuft eine Rinne mit Abstell- und Beschriftungsmöglichkeiten, die Weine werden in Lochkörper Regalen in der Raummitte gelagert. Ein Computer mit Touchscreen erleichtert die Orientierung. Dies ist nur eines von vielen Beispielen. Ebenfalls auf Spitzbart Lösungen setzt Österreichs Top Weinkeller im Wiener Cobenzl. „Grundsätzlich ist es unser Anliegen, bei jeder Architekturlösung die Identität des Auftraggebers, die Besonderheit der Region und des Produktes zum Ausdruck zu bringen und dadurch etwas Einzigartiges zu erschaffen“, erklärt Spitzbart seine Strategie gegenüber REGAL.

Wegenstein Sanfter Relaunch für Klassiklinie



Wegenstein-GF
Herbert Toifl

Zufrieden zeigt sich Wegenstein Geschäftsführer Ing. Herbert Toifl mit dem abgelaufenen Jahr: „Wir schafften mit den klar differenzierten Produktlinien in Österreich eine wachsende

Verbindung mit den Kunden unserer Handelsfirmen, die sich im Ergebnis auch deutlich niedergeschlagen hat.“ Positiv entwickelte sich laut Toifl auch die Zusammenarbeit mit den Exportpartnern in der Rewe Group. Im Fokus steht im aktuellen Jahr die Zusammenarbeit mit den Winzern, diese soll gestärkt werden: „Daran arbeiten wir intensiv im Rahmen unserer Quali-

tätsbemühungen auf verschiedener Ebene“, so Toifl. Nach dem kürzlich erfolgten Relaunch wird nun das Layout der Klassiklinie leicht nachjustiert: „Das Erscheinungsbild wird farbkraftiger und leuchtender, wodurch die Wertigkeit im Regal noch besser erkennbar sein wird“, so der Geschäftsführer. „Der Fokus für 2011 liegt aber verstärkt auf dem Angebot für unsere Kunden, in jeder Range sollen sie weiterhin qualitativ erstklassige Weine zu einem ausgezeichneten Preis-Leistungsverhältnis erhalten.“

