

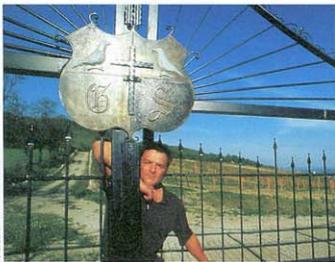
Der Winzer mit dem „iDipferl“

WINZERPORTRÄT TEIL 5. Das Weinimperium von Gregor Schup umfasst eine Rebfläche von stolzen 40 Hektar, die alle zwischen dem Pfaffstättner Riegel und dem Guntramsdorfer Eichkogel gelegen sind. Seit nunmehr drei Jahren ist der „iDipferl“ eine eigene hochpreisige und erfolgreiche Weinlinie.

Seit rund 300 Jahren ist die Familie Schup in Guntramsdorf im Süden von Wien ansässig. Schon in fünfter Generation wird von den Schups Weinbau betrieben. Derzeitiger Chef ist Gregor Schup, 42, der schon früh das Elternhaus verließ und im Weinhandelshaus Aigner arbeitete. Später pachtete er erste eigene Weingärten sowie einen Heurigen in seiner Heimatgemeinde Guntramsdorf. Durch die Heirat 1992 mit der Winzerstochter Eva Roschmann schlug Gregor Schup vinophil auch in Gumpoldskirchen Wurzeln. Seine große Stunde kam jedoch 1995: Vom Stift Melk konnte er rund 14 Hektar in langjährige Pacht übernehmen und von der Firma Aigner kamen weitere 20 Hektar hinzu. Nach dem Tod des Vaters 1996 fielen auch dessen Weingärten an den Sohn. Inzwischen umfasst das kleine Weinimperium von Gregor Schup eine gesamte Rebfläche von stolzen 40 Hektar.

Ausgezeichnete Lagen

Der Betrieb bewirtschaftet ausgezeichnete Lagen, darunter die Ried Eichkogel im Gemeindegebiet von Guntramsdorf am Fuße des Aminggers (von den dortigen 15 Hektar entfallen allein 6 Hektar auf den Pinot Noir). Hier wurden als weitere rote Sorten Zweigelt, Cabernet Sauvignon und Syrah neu be-



300 Jahre Familientradition verpflichtet: Winzer Gregor Schup (42) gehört nach zahlreichen Auszeichnungen zu den Großen der Branche.

stockt. In der bekannten Riede Spiegel (lateinisch Specula) nahe der Kirche in Gumpoldskirchen sind vor allem die Rebsorten Rheinriesling und Chardonnay angepflanzt. In dieser Lage, von der schon vor Jahrhunderten die Pipste den Gumpoldskirchner Wein genossen haben, sind diese Rebsorten lange vor anderen Sorten ausgesetzt worden. In der Riede Schwaben, die sich ebenfalls in Gumpoldskirchen befindet und auf deren Schotterböden besonders gute Prädikatsweine und auch Rotweine gedeihen, werden die Rebsorten Rotgipfler, Zierfandler und Cabernet Sauvignon geerntet.

chenhölzern in der Größe von 225 bis 3.000 Liter Inhalt für etwa ein bis zwei Jahre gelagert, bevor sie dann in Flaschen gefüllt werden. Dort erfolgt eine weitere Lagerung von ein bis drei Jahren, bevor die Roten in den Verkauf kommen. Die Weißweine, wie Riesling, Pinot Blanc, Zierfandler (diese autochthone Sorte ist nur in Gumpoldskirchen beheimatet) sowie Roter Veltliner (eine der ältesten Rebsorten in Österreich) werden alle in Edelstahltanks kalt vergoren und gelagert. Chardonnay und Rotgipfler werden durch biologische Säureabbau (malolaktische Gärung) auf internationales Niveau gebracht.

Ausgezeichnete Weine

Für die Schup-Weine regnet es bereits zahlreiche Auszeichnungen: Etwa bei der Wein-Challenge in London, der Krems-Weinmesse, beim österreichischen Süßwein-Cup sowie anderen internationalen Veranstaltungen. 1994 fand der Chardonnay auch Aufnahme in den Falstaff-Weinguide.

Die signifikanten Weinetiketten Gregor Schups zieren Reproduktionen von Ölbildern der Gumpoldskirchner Malerin Margret Oegg; der Rote Veltliner trägt zusätzlich die Bezeichnung „iDipferl“ und kommt bereits als Jungwein im Jahr der Ernte auf den Markt.

Apropos „iDipferl“: 1992 sah Schup mit einem Freund aus der Werbebranche zusammen und dachte über einen Namen für einen neuen „lustigen“ Wein mit jugendlichem Image nach. Dabei wurde der Name „iDipferl“ geboren und in der Folge auch gleich als Marke geschützt. Seit nunmehr drei Jahren ist der „iDipferl“ (www.idipferl.com) eine eigene hochpreisige Weinlinie, die der gehobenen Gastronomie vorbehalten ist und aus je einem Weißwein, Rotwein und Roséwein besteht, die in Bordeaux-Flaschen mit 0,75 ml abgefüllt wird. Zielgruppe ist vor allem die „Seitenblicke-Gesellschaft“, die in der Tenne in Kitzbühel oder beim Friesacher in Amf den „iDipferl“ vorzugsweise gespritzt oder nach diversen Rezepten gemischt genießt. Zum sozialen Ausgleich spendet Schup jährlich rund 10.000 Flaschen dieses Weins anlässlich diverser Charity-Events.

In Guntramsdorfer Heurigen lokal der Familie Schup in der Josefingasse 8 stehen zu Verkostungs- und Festlichkeitszwecken und für Festlichkeiten sowohl die hauseigene Vinothek als auch geeignete Räumlichkeiten zur Verfügung. Flaschenverkauf täglich nach telefonischer Vereinbarung vor Ort. Die Weine können auch direkt im Online-Shop (www.schup.at) bestellt werden.

Dollinger

Molkerei-Multi

LACTALIS kauft Galbani.

Die französische Molkereigruppe Lactalis übernimmt, die Genehmigung der Wettbewerbsbehörden vorausgesetzt, den italienischen Käsehersteller Galbani. Galbani mit seinen Produkten Bel Paese und Mozzarella Santa Lucia hat bisher der privaten Investorengruppe BC Partners gehört. Der Wert des Unternehmens wird italienischen Zeitungen zufolge auf rund zwei Milliarden Euro geschätzt. Lactalis führt unter anderen die Käsemarken President und Societe und will mit dem Kauf seine Position als führender Milchprodukt-Hersteller Europas festigen. Lactalis ist mit einem Umsatz von 5,5 Mrd. Euro Europas größter Käseproduzent. Galbani erwirtschaftete im Vorjahr 1,3 Mrd. Euro Umsatz. Galbani war von 1989 bis 2002 im Besitz des französischen Lebensmittelkonzerns Danone und wurde dann für etwas mehr als eine Mrd. Euro an BC Partners verkauft.

KURZ NOTIERT + + + KURZ NOTIERT + + + KURZ NOTIERT + + + KURZ NOTIERT + + +

Nestlé will Weltmarktführer im Speiseeisgeschäft werden

Der Schweizer Nahrungsmittelkonzern Nestlé hat den US-Speiseeishersteller Dreyer's Grand Ice Cream vollständig übernommen und sieht sich als Weltmarktführer für Speiseeis. Nestlé beziffert seinen Marktanteil in den USA nun auf 23,2%. Werde der im vergangenen Monat angekündigte Vorschlag zum Erwerb der griechischen Delta Ice Cream berücksichtigt, sei Nestlé Weltmarktführer im Speiseeisgeschäft. Der Weltmarktanteil von Nestlé betrage 17,5%. Bereits im Jahr 2003 hatten Nestlé und Dreyer's das US-Speiseeisgeschäft zusammengelegt, wobei Nestlé einen Anteil von 67% an dem Unternehmen hielt. Mit der vollständigen Übernahme habe Nestlé ein langjähriges Ziel erreicht, so Nestlé-Konzernchef Dr. Peter Brabeck-Letmathe (Foto).



Agrana erwartet Umsatz- und Ertragsplus

Die Agrana-Gruppe verbuchte in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres 2005/06 (1. März bis 30. November 2005) einen Umsatzsprung um 49 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro (Vorjahr 753 Mio. Euro). Das operative Ergebnis lag trotz stark gestiegener Energiekosten und geringerer Margen im Zuckerbereich mit 83,5 Millionen Euro über dem Vorjahr (82,3 Mio. Euro). „Hintergrund für den kräftigen Umsatzwachstum ist größtenteils die Einbeziehung des Weltmarktführers für Fruchtzubereitungen, Atys, in den Konsolidierungskreis ab dem zweiten Quartal 2005/06. Aber auch die höheren Exporte im Segment Zucker machen sich hier bemerkbar“, begründete Agrana-Vorstandsvorsitzender Dr. Johann Marhart (Foto) den Umsatzanstieg.



IBM stellt BladeCenter-Lösung für die Handelsbranche vor

IBM kündigt neue branchenspezifische Lösungen für die Handelsbranche an, die auf der IBM BladeCenter-Plattform basieren und Handelsketten dabei helfen, ihre jeweiligen Filialen wirtschaftlicher und effizienter zu betreiben. Die IBM „Systems Solutions for Retail Stores“ ermöglicht eine Vereinfachung der technischen Infrastruktur, indem alle vorhandenen Server, Speichersysteme, Netzwerke und Anwendungen in einem einzigen räumlich integrierten System mit einer einheitlichen Management-Sicht konsolidiert werden können.

Markenrechte für „Mozart“ Die Mozart Distillerie GmbH (ehemals H. C. König GmbH) in Salzburg ist Eigentümer der Wortmarke „Mozart“ in der Warenklasse 33 (Wein, Sekt und Spirituosen). Es gibt zur Zeit vier Lizenznehmer, die das Recht haben, die Marke „Mozart“ für

Wein bzw. Sekt zu verwenden. Für Weißwein Weingut Setzer, Hohenwarth, NÖ; für Rotwein Rotweingut Stegshandl, Pötteledorf, Bgld; für Japan Firma Oguma Trading, Wien; für Sekt International (ausgezeichneten Japan Kleinscheg Sekt- und Weinhandels GmbH, Gleisdorf, Stmk. „Zum Schutz unserer Marke und um seiner Lizenznehmer, werden gegen nicht lizenzierte Mozart-Produkte der Klasse 33 grundsätzlich Rechtsmittel ergriffen“, betont Florian Eitro, International Brand Manager.

Cereal Partners legen zu Der Cerealen Markt wuchs 2005 mit +0,8% (Cerealien inkl. Müsli; trad. LH exkl. Hofer u. Lidl; Wert). Dieses Wachstum ging größtenteils auf den Bereich Müsli (+1,6%) zurück, da traditionelle Cerealien mit +0,4% nur einen leichten Anstieg verzeichneten. Vor diesem Hintergrund beeindruckt es umso mehr, dass Cereal Partners im Bereich Kindercerealien um 7,3% gewachsen sind.

FOTOS: NESTLE, AGRANA