

PORTRÄT

Der Tropfen für die Trapps



Beigestellt
Sam von Trapp, Christof Höppler und Johannes von Trapp (v.l.) stoßen in der Trapp Family Lodge in Vermont auf 40 Jahre Partnerschaft an.

Christof Höppler studierte den Handel, lernte in Kalifornien und Australien alles Wichtige über den Wein. Es exportiert in aller Herren Länder - zu den Trapps in die USA und bald auch nach Asien.

VON ROLAND GRAF



AM RADAR

BREITENBRUNN. Das väterliche Weingut in Panama zu repräsentieren war dem WU-Studenten Christof Höppler nur allzu willkommen. Der Rektor hatte ihn schon sanft zum Studienabschluss aufgefordert. Der Mittelamerika-Besuch zeigte dem jungen Breitenbrunner deutlich die Grenzen seines Wissens über den Wein auf. Stapelweise wälzte er nach der Heimkehr Fachbücher, ehe er auf Anhieb einen Praktikumsplatz in Kalifornien erhielt.

Als er nach Aufhalten in Sonoma und West-Australien wieder

zu Hause war, schlug er seinem Vater vor, im familieneigenen Gut mitzuarbeiten.

Seit 2007 leitet Höppler den Betrieb. Er bezeichnet seinen Weg als „Quereinstieg von außen nach innen“. Maßgeblich war er auch an der Errichtung des einzigartigen Sinnesparcours „Weinräume“ am alten Gutshof in Winden beteiligt. „Bei Verkostungen zeigt sich immer wieder, dass viele Menschen wenig wissen oder teils haarsträubende Meinungen nachreden“, sagt der Winzer-Autodidakt über die Beweggründe seiner Weinaufklärung.

Lesen ist Planung

Die größten Schwierigkeiten bereiteten ihm weniger die Details der Kellerarbeit als die Logistik der Lese. Erntehelfer und Fahrzeuge für die insgesamt 47 Hektar zu koordinieren, erfordert minutiöse Planung. „Wenn alle Traktoren ausfahren, darf man sich halt nicht nervös machen lassen“, sagt der 38-jährige Unternehmer.

Leichter fiel ihm die Arbeit im Export, den bereits Vater Jost aufgebaut hatte. Seit 1975 trinken die

Nachfahren der legendären „Sound of Music“-Familie Trapp in Vermont Höppler-Weine.

Christof Höppler, dessen Frau Louise aus Großbritannien stammt, lebt die Internationalität wie wenig andere: 70 Prozent der Weine gehen in den Export. Vor allem in den USA, mittlerweile der weltweit größte Weinkonsument, ist er stark vertreten. Selbst im kalifornischen Napa Valley schenkt das Spitzenrestaurant „French Laundry“ seinen Wein aus. Die 90.000 Flaschen für den amerikanischen Markt erfordern aber eine starke persönliche Präsenz an Ort und Stelle.

Neues Ziel: Asien

Bis Ende Juni verbrachte Höppler bereits neun Wochen des Jahres im Ausland. Für Hobbys wie das Kite-Surfen bleibt da kaum Zeit. Zumal Höppler auch noch den momentan eher vernachlässigten asiatischen Markt im Visier hat: Höppler: „Du musst deinen Markt selbst schaffen, und das geht nur vor Ort.“

»Den Autor des Artikels erreichen Sie unter burgenland@wirtschaftsblatt.at