



**Auf gute Partnerschaft:** „Das Top-Ding sind die Qualität und der Service. Wir wollen es den Kunden schwer machen, nein zu sagen“, wie Vorstandsvorsitzender Alexander Margaritoff bei einem gemeinsamen Treffen mit Elisabeth Kamper (Geschäftsführerin des Weingutes Esterházy) festhielt. „Ein herausragender Wein und ein guter Name“ ist laut Margaritoff in Esterházy-Weinen vereint. Margaritoff und Kamper hoffen auf weitere gemeinsame Erfolge im gehobenen Weinsegment. FOTOS: BAURECHT

**MARKT-EROBERUNG /** „Aller guten Tropfen sind drei“, könnte man sagen. Aber das Weingut Esterházy ist mit seinem deutschen Weinpartner „Hawesko“ auf gutem Wege, das noch zu toppen.

# Esterházy-Wein legt zu

VON DIETMAR BAURECHT

„Hawesko“ ist in Deutschland für Weinkenner ein Begriff. Das „Hanseatische Wein & Sekt Kontor“ ist Europas größtes Handelshaus für Premiumweine. In diese elitäre deutsche „Weinrunde“ ist auch das Weingut Esterházy nun aufgenommen worden. Für die Geschäftsführerin

des Weingutes Esterházy, Elisabeth Kamper, stellt dies einen wichtigen Schritt dar. Besucht wurde der Top-Weinpartner in Tormesch – rund 30 Kilometer von Hamburg entfernt – vergangene Woche: „Ich habe den Wein durch Frau Kamper kennen gelernt. Es ist ein herausragender Wein und ein guter Name“, nennt Vorstandsvorsitzen-

der Alexander Margaritoff die Beweggründe der Aufnahme zweier Rot- und eines Weißweins in das Sortiment. Esterházy-Wein ist somit neben so prominenten Weinhäusern wie Lafite oder Mouthon Rothschild bei „Hawesko“ vertreten.

## Zehntausende Flaschen Esterházy-Wein verkauft

In einer Aussendung an rund 450.000 Top-Kunden fanden die Esterházy-Weine bereits Liebhaber. „Wir sind im gehobenen Marktsegment die Nummer eins in Deutschland und gehen voll den Trend der Qualität mit“, lässt Margaritoff wissen, der durchaus noch Potential im deutschen Weinmarkt sieht. Der Durchschnittswert liegt bei unseren deutschen Nachbarn bei sechs Euro pro Flasche im Premiumwein-Segment. Mit dem 2006er „Estoras“ um 11,80 Euro ist man nun durchaus höher angesiedelt. Der Erfolg spricht aber für sich: So sind laut Kamper be-

reits über 70.000 Flaschen von Kunden gekauft worden. Aber mit drei guten Tropfen des Weingutes Esterházy möchte man nicht enden. Abzuwarten sei noch, wie der Kunde auf den Wein aus dem Burgenland weiter reagiere (Margaritoff). Mit dem „Hawesko“-Sommerkatalog möchte man den Erfolg in Zukunft noch weiter toppen.



**Stolz.** Der Vertreter der Esterházy Betriebe, Karl Wessely, freut sich über den Erfolg der Esterházy-Weine in Deutschland.

## INFOS ZU „HAWESKO“

Der „Hawesko“-Versandhandel ist ein Teil der deutschen „Hawesko Holding AG“. Neben dem Versandhandel zählen die Weinladenkette „Jacques Wein Depot“ (für Einzelkunden) oder „Wein Wolf“ (für den Großhandel) dazu. Das Unternehmen konnte 2007 einen Umsatz von über 330 Millionen Euro erwirtschaften. Insgesamt finden sich rund 25 österreichische Weine im Sortiment. Darunter „Estoras 2006 Grüner Veltliner“, „Estoras 2006 Blaufränkisch-Cabernet Sauvignon“ und „Tesoro 2005“.